

UNIVERSIDAD DE HUANUCO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS



TESIS

**“CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN
LA EMPRESA BELLA DURMIENTE CARGO S.A.C 2021”**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO
EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

AUTOR: Briceño Aponte, Joseph Darwin

ASESOR: Linares Beraun, William Giovanni

HUÁNUCO – PERÚ

2021

U

D

H



UDH
UNIVERSIDAD DE HUANCAYO
<http://www.udh.edu.pe>

TIPO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN:

- Tesis (X)
- Trabajo de Suficiencia Profesional ()
- Trabajo de Investigación ()
- Trabajo Académico ()

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN: Gestión Administrativa**AÑO DE LA LÍNEA DE INVESTIGACIÓN** (2020)**CAMPO DE CONOCIMIENTO OCDE:****Área:** Ciencias Sociales**Sub área:** Economía, Negocios**Disciplina:** Negocios, Administración**DATOS DEL PROGRAMA:**

Nombre del Grado/Título a recibir: Título

Profesional de Licenciado en Administración de Empresas

Código del Programa: P13

Tipo de Financiamiento:

- Propio (X)
- UDH ()
- Fondos Concursables ()

DATOS DEL AUTOR:

Documento Nacional de Identidad (DNI): 71604505

DATOS DEL ASESOR:

Documento Nacional de Identidad (DNI): 07750878

Grado/Título: Maestro en gestión pública para el desarrollo social

Código ORCID: 0000-0002-4305-7758

DATOS DE LOS JURADOS:

N°	APELLIDOS Y NOMBRES	GRADO	DNI	Código ORCID
1	Blanco Tipismana, Jose Martin	Maestro en gestión y negocios, mención en gestión de proyectos	22474198	0000-0001- 7118-719X
2	Ventura Crispin, Erica Luz	Magister en ciencias de la educación psicología educativa	42528501	0000-0002- 6595-8346
3	Arana Cardenas, Sergio Martin	Maestro en ciencias económicas mención: proyectos de inversión	45946938	0000-0002- 3023-1542

UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad de Huánuco, siendo las **09:00 horas del día 27 del mes de agosto del año 2021.**, en el cumplimiento de lo señalado en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad de Huánuco, se reunieron el sustentante y el Jurado Calificador mediante la plataforma virtual Google Meet, integrado por los docentes:

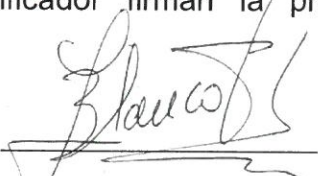
Mtro. José Martín Blanco Tipismana	(Presidente)
Mtra. Erica Luz Ventura Crispín.	(Secretario)
Mtro. Sergio Martín Arana Càdenas	(Vocal)

Nombrados mediante la Resolución N° 961-2021-D-FCOMP-PAAE-UDH, para evaluar la Tesis titulada: **“CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA EMPRESA BELLA DURMIENTE CARGO S.A.C 2021”**, presentado por el Bachiller, **BRICEÑO APONTE, JOSEPH DARWIN** para optar el **título Profesional de Licenciado en Administración de Empresas.**

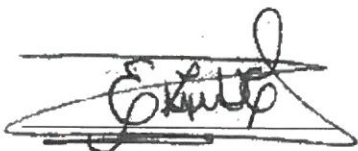
Dicho acto de sustentación se desarrolló en dos etapas: exposición y absolución de preguntas; procediéndose luego a la evaluación por parte de los miembros del Jurado.

Habiendo absuelto las objeciones que le fueron formuladas por los miembros del Jurado y de conformidad con las respectivas disposiciones reglamentarias, procedieron a deliberar y calificar, declarándolo (a) **Aprobado** con el calificativo cuantitativo de **14 (Catorce)** y cualitativo de **Bueno** (Art.47 - Reglamento General de Grados y Títulos).

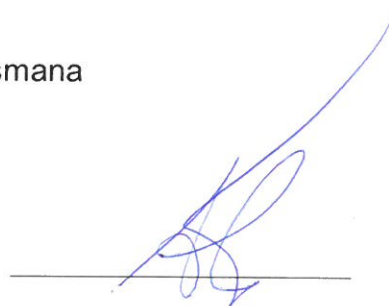
Siendo las **10:20 horas del día 27 del mes de agosto del año 2021**, los miembros del Jurado Calificador firman la presente Acta en señal de conformidad.



Mtro. José Martín Blanco Tipismana
PRESIDENTE



Mtra. Erica Luz Ventura Crispín
SECRETARIO



Mtro. Sergio Martín Arana Càdenas
VOCAL

DEDICATORIA

A mis padre Delfin Luciano, Briceño Gutierrez,
mi madre Josefina Aponte Guardia, hermanos
Thalía Mercedes, Briceño Aponte, Nilton Cesar,
Briceño Aponte y Edner Uriel, Briceño Aponte,
por ser ellos mi inspiración para lograr mis
anhelos.

AGRADECIMIENTO

Al Mtro. Adm. Giovanni LINARES BERAÚN, por su tiempo y dedicación en la ejecución de mi tesis, de llevar a cabo esta investigación y por ser más que un asesor, un buen amigo en el que pude confiar.

A la Universidad de Huánuco mi alma mater, agradecer la oportunidad de crecer y desarrollarme como profesional y competitivo en el mercado.

Al dueño de la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C., agradecer por el acceso a la información y las facilidades para realizar el desarrollo de la investigación y el trabajo de campo; con los resultados obtenidos les ayude mi aporte para una buena gestión empresarial.

ÍNDICE

DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO	III
ÍNDICE	IV
ÍNDICE DE TABLAS	VI
ÍNDICE DE FIGURAS	VIII
RESUMEN	X
ABSTRACT	XI
INTRODUCCIÓN	XII
CAPÍTULO I	13
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	13
1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	13
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	15
1.2.1. PROBLEMA PRINCIPAL	15
1.2.2. PROBLEMAS SECUNDARIOS	15
1.3. OBJETIVO GENERAL	16
1.4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	16
1.5. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	16
1.5.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA	16
1.5.2. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA	16
1.5.3. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA	16
1.6. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN	17
1.7. VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	17
CAPÍTULO II	18
MARCO TEÓRICO	18
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	18
2.1.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES	18
2.1.2. ANTECEDENTES NACIONALES	18
2.1.3. ANTECEDENTES LOCALES	20
2.2. BASES TEÓRICAS	20
2.2.1. CALIDAD DE SERVICIO	20
2.2.2. SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	25
2.3. DEFINICIONES CONCEPTUALES	28

2.4. HIPÓTESIS.....	29
2.4.1. HIPÓTESIS GENERAL	29
2.4.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICOS	29
2.5. VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN.....	29
2.5.1. VARIABLE INDEPENDIENTE	29
2.5.2. VARIABLE DEPENDIENTE	29
2.6. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES (DIMENSIONES E INDICADORES)	30
CAPÍTULO III	31
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	31
3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN	31
3.1.1. ENFOQUE	31
3.1.2. ALCANCE O NIVEL	31
3.1.3. DISEÑO	31
3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA	32
3.2.1. POBLACIÓN	32
3.2.2. MUESTRA.....	32
3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	33
3.4. TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.....	33
CAPÍTULO IV.....	34
RESULTADOS.....	34
4.1. PROCESAMIENTO DE DATOS	34
4.2. PRUEBA DE HIPÓTESIS	51
CAPÍTULO V.....	56
DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	56
5.1. CONTRASTACIÓN DE RESULTADOS.....	56
CONCLUSIONES	59
RECOMENDACIONES.....	60
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	61
ANEXOS.....	65

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Clientes en la Empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.....	32
Tabla 2. Apariencia personal en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.	34
Tabla 3. Instalaciones físicas en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.....	35
Tabla 4. Elementos materiales en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.	36
Tabla 5. Tiempo de espera en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.	37
Tabla 6. Solución de los problemas en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.	38
Tabla 7. Escucha a los clientes en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.	39
Tabla 8. Accesibilidad en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.	40
Tabla 9. Comunicación en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.	41
Tabla 10. Comprensión del cliente en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.	42
Tabla 11. Servicio deseado en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.	43
Tabla 12. Servicio adecuado en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.	44

Tabla 13. Opinión del cliente en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.	45
Tabla 14. Percepción del cliente en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.	46
Tabla 15. Insatisfecho del cliente en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.	47
Tabla 16. Satisfecho del cliente en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.	48
Tabla 17. Complacencia del cliente en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.	49
Tabla 18. Prueba de normalidad de datos mediante Kolmogorov-Smirnova	51
Tabla 19. Correlación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente	52
Tabla 20. Correlación entre el elemento tangible y la satisfacción del cliente	53
Tabla 21. Correlación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente	54
Tabla 22. Correlación entre la empatía y la satisfacción del cliente.....	55

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Modelo SERVQUAL.....	22
Figura 2. Apariencia personal en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.	34
Figura 3. Instalaciones físicas en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.	35
Figura 4. Elementos materiales en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.	36
Figura 5. Tiempo de espera en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.	37
Figura 6. Solución de los problemas en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.	38
Figura 7. Escucha a los clientes en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.	39
Figura 8. Accesibilidad en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.	40
Figura 9. Comunicación en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.	41
Figura 10. Comprensión del cliente en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.	42
Figura 11. Servicio deseado en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.	43
Figura 12. Servicio adecuado en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C. ...	44

Figura 13. Opinión del cliente en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C. ...	45
Figura 14. Percepción del cliente en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.	46
Figura 15. Insatisfecho del cliente en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.	47
Figura 16. Satisfecho del cliente en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.	48
Figura 17. Complacencia del cliente en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.	49
Figura 18. Prueba de normalidad de datos mediante Kolmogorov-Smirnova	51

RESUMEN

La tesis titulada; “Calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C – 2021”, Tuvo como objetivo principal determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la Empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C – 2021. El propósito del estudio fue un enfoque cuantitativo, se utilizó el nivel de investigación descriptiva – correlacional. La muestra fue conformado por 351 clientes, bajo con un instrumento (cuestionario) que contiene 16 items, con escalas de tipo Likert.

Se determinó estadísticamente que la calidad del servicio y la satisfacción del cliente se relacionan significativamente en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C – 2021, mediante la prueba de Rho Spearman, obteniendo como resultado ($r_s = 0.903$), con la calificación positiva muy alta, y la significancia bilateral $p \leq 0.000$, que si existe relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente.

Por último, se determinaron los resultados de la prueba de Rho de Spearman que si existe relación entre las dimensiones como; elemento tangible ($r_s = 0.584$), corroboro una correlación positiva moderada y la significancia bilateral $p \leq 0.000$, que si existe relación significativa entre el elemento tangible y la satisfacción del cliente, la capacidad de respuesta ($r_s = 0.716$), demostró una correlación positiva alta y la significancia bilateral $p \leq 0.000$, que si existe relación significativa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente y finalmente la empatía ($r_s = 0.561$), contrasto una correlación positiva moderada y la satisfacción del cliente, que si existe relación significativa entre la empatía y la satisfacción del cliente de la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.

Palabras claves: Calidad del servicio, elementos tangibles, capacidad de respuesta, empatía y satisfacción del cliente.

ABSTRACT

The thesis titled; "Quality of service and customer satisfaction in the company Bella Durmiente Cargo S.A.C - 2021", Its main objective was to determine the relationship between the quality of service and customer satisfaction in the company Bella Durmiente Cargo S.A.C - 2021. The purpose of the study was a quatitative approach, the descriptive-correlational research level was used. The sample consisted of 351 clients, with an instrument (questionnaire) containing 16 items, with Likert-type scales.

It was statistically determined that the quality of service and customer satisfaction are significantly related in the company Bella Durmiente Cargo SAC - 2021, through the Rho Spearman test, obtaining as a result ($r_s = 0.903$), with a very high positive rating, and the bilateral significance $p \leq 0.000$, that if there is a significant relationship between service quality and customer satisfaction.

Finally, the results of the Spearman Rho test were determined that if there is a relationship between dimensions such as; tangible element ($r_s = 0.584$), I corroborate a moderate positive correlation and the bilateral significance $p \leq 0.000$, that if there is a significant relationship between the tangible element and customer satisfaction, the response capacity ($r_s = 0.716$), showed a positive correlation high and bilateral significance $p \leq 0.000$, that if there is a significant relationship between response capacity and customer satisfaction and finally empathy ($r_s = 0.561$), contrast a moderate positive correlation and customer satisfaction, that if there is a significant relationship between empathy and customer satisfaction of the company Bella Durmiente Cargo SAC.

Keywords: Quality of service, tangible elements, responsiveness, empathy and customer satisfaction.

INTRODUCCIÓN

La investigación se realizó a la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C., donde se planteó el problema sobre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente, ya sea positivo o negativo, en este sentido es importante conocer el modelo de la calidad del servicio, orientándose a evaluar la satisfacción y expectativas del cliente actuales y potenciales. Esta investigación se desarrolló con la finalidad de mejorar continuamente todo el sistema de la calidad del servicio de la empresa. Como problema principal fue ¿cuál es relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la Empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C – 2021? Además, consideramos los siguientes capítulos desarrollado como:

El Capítulo I; planteamiento del problema y está estructurado como; problema principal, problemas específicos, objetivo general, objetivos específicos, justificación, limitaciones y viabilidad de la investigación.

El capítulo II; marco teórico deducido como; antecedentes de investigación, bases teóricas, definiciones conceptuales, hipótesis, variables y la operacionalización de variables (dimensiones e indicadores).

El capítulo III; metodología de la investigación fue diseñado como; el enfoque, nivel, diseños de investigación, población y muestra, técnicas e instrumentos de investigación.

El capítulo IV; resultados tuvo conformado como; descripción de resultados y contrastación de hipótesis.

El capítulo V; discusión de resultados.

Por último, las conclusiones, recomendaciones, referencias bibliográficas y los anexos.

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

A nivel mundial, la calidad de servicio es de mucha relevancia en las organizaciones, por el simple hecho de que los clientes exigen siempre lo mejor en su atención. La calidad del servicio empezó a tener un nivel competitivo destacando la satisfacción de los clientes y ser considerado como una ventaja competitiva para las empresas. Siendo necesario tener en cuenta las necesidades de los clientes, para generar ventajas competitivas, lograr lealtad e incrementar oportunidades de crecimiento y posibilidades de competencia en el mercado (Céspedes, 2019).

Las organizaciones a nivel mundial, se ha convertido en una estrategia en la gestión de la calidad. Así se podrá evaluar el desempeño del personal frente al cliente, independientemente de desacuerdos que pueda tener el servicio, ajenas a su responsabilidad. Es decir, que las organizaciones debe tener cuidado porque los clientes batallan para separar en su juicio estos dos aspectos. El primero; Si alguien ha quedado muy insatisfecho con un servicio, difícilmente pueda evaluar algún aspecto de manera positiva, y el segundo; El estado emocional que provoca la insatisfacción es capaz de anular cualquier juicio positivo, aunque fuera merecido (Cadena et al., 2016).

En el sector de los servicios de las empresas internacionales, también ha venido creciendo los procesos de servicios requiere más y mejores metodologías para su mejora. Un punto básico para ello es escuchar adecuadamente al cliente y traducir esto en acciones específicas, utilizando incluso un enfoque tradicional para evaluar la percepción de los clientes mediante la aplicación de encuestas, que deben ser respaldadas en un cuestionario (Hernández, et al. 2018).

Las empresas han ido tomando conciencia sobre la gestión de la calidad, de realizar la búsqueda de información actualizada, con el objetivo de presentar una revisión documental sobre el servicio al cliente y las problemáticas que los empresarios afrontan, por la insatisfacción de

necesidades; así como la manera de tratarlos dentro de la organización. Por lo tanto, se considera necesario que la empresa conozca a sus clientes actuales y potenciales, puesto que con base en ese conocimiento pueden dirigir y priorizar sus estrategias (Duque et al., 2017).

En el contexto nacional, el transporte de cargas son principales actividades económicas que permite incrementar sus ingresos. Del mismo modo, una infraestructura en mala condición o proceso de calidad mal distribuidos pueden ocasionar una reducción en el comercio nacional, además es un estancamiento en la economía del país.

Por otra parte, el sector de transporte de carga terrestre en el Perú, tiene una gran importancia sobre la gestión de la calidad. Asimismo, la empresas en este rubro debe conocer los niveles de satisfacción de los clientes actuales y potenciales, que estén contentos y satisfechos por el servicio (Díaz et al., 2015).

La Unión Internacional de Transporte Público, en el cual ha publicado en el 2014. En dicha calificación la ciudad de Lima ocupa el puesto 44. Tomando como elementos de evaluación: la puntualidad, la eficacia del servicio, así como también información que permita a los usuarios saber los horarios de atención, el tiempo de espera, entre otros. Según el portal radial peruano el buen consumidor manifiesta que al servicio de transporte interprovincial en nuestro país aún le falta un gran trecho para brindar un servicio óptimo y seguro. Específicamente en la ciudad de Lima se observa de manera relativa un servicio de transporte público caótico y sobre todo desordenado el cual ha llevado a la implantación de un sistema metropolitano de transporte que permita salvaguardar la integridad del usuario y mejorar la calidad del servicio (Flores, 2018).

La Empresa de Bella Durmiente Cargo S.A.C que brinda transporte de carga; ruta de Tingo María a Lima y viceversa, se observaron discrepancia por los clientes de que no se sintieron satisfechos por los servicios que ofrece la empresa. Por otro lado, la empresa de transporte de carga, no está cumpliendo con las expectativas de los clientes, puede ir disminuyendo y su imagen va ser afectada. Además, la empresa no muestra interés en mejorar

cada día, lo que va permitir alcanzar la satisfacción de los clientes. Por esta razón, la empresa no cuenta con un formato o libro de reclamaciones, siempre atiende a sus clientes de manera verbal. También, se presenta otros problemas como; la demora de encomiendas, que genera quejas y malestar en la satisfacción del cliente.

Por otro parte, la empresa no cuenta con las instalaciones adecuadas, vehículo en mal estado para la atención a nuestros clientes. Los colaboradores que labora en la empresa, alude la disposición de informar al cliente para brindar un servicio rápido, así como la capacidad de resolver los problemas de atención inmediata, lo que significa que los colaboradores no cumplen con las normas establecidas de la empresa. También, se observa la deficiencia en el servicio como; la seguridad, falta de un sistema de control de los camiones de cargas que permita conocer su ubicación y la ruta de desplazamiento por red de carretera entre Tingo María a Lima o viceversa. Finalmente, la falta de empatía por los colaboradores que prometen sobre las cargas y encomiendas a nuestros clientes.

Por estas razones, se pretende investigar el objetivo principal determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la Empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C – 2021.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. PROBLEMA PRINCIPAL

¿Cuál es la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la Empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C – 2021?

1.2.2. PROBLEMAS SECUNDARIOS

- a. ¿Cuál es la relación entre el elemento tangible y la satisfacción del cliente en la Empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C – 2021?
- b. ¿Cuál es la relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente en la Empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C – 2021?
- c. ¿Cuál es la relación entre la empatía y la satisfacción del cliente en la Empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C – 2021?

1.3. OBJETIVO GENERAL

Determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la Empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C – 2021.

1.4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) Determinar la relación entre el elemento tangible y la satisfacción del cliente en la Empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C – 2021.
- b) Determinar la relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente en la Empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C – 2021.
- c) Determinar la relación entre la empatía y la satisfacción del cliente en la Empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C – 2021.

1.5. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA

En la presente justificación teórica, se realiza con el propósito de aportar conocimiento acerca de la calidad del servicio para lograr la satisfacción de los clientes en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C. Además, servirá como antecedente para futuros trabajos de investigación.

1.5.2. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA

Desde el punto de vista práctico nos permitirá conocer la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente. Así mismo; con los resultados se podrá proponer posibles cambios para la mejora de los servicios en la Empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.

1.5.3. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA

En la presente justificación metodológica, aportara como modelo de estudiar la población y dar a conocer el instrumento de medición, que va medir la calidad del servicio y la satisfacción del cliente. Por estas razones, el instrumento va estar sometido por el alfa de cronbach para hallar el nivel de confiabilidad de las variables de estudios.

1.6. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

La presente limitación es el tamaño de la muestra de la empresa, extendiendo el tiempo de estudio de la investigación.

Otra limitación, es la búsqueda de antecedente local de tesis sobre la calidad del servicio en el rubro de empresa de transporte de carga.

La limitación de la investigación que se determinará es la disponibilidad de tiempo por los clientes que completará la encuesta.

1.7. VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación es viable porque, se contó con los recursos financieros propios, humanos y tecnológicos para el desarrollo de la investigación. Por otro lado, se obtuvo acceso a la información a través con el consentimiento informado por el representante legal de la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES

Morán (2016) en su tema de investigación; Análisis a la calidad del servicio de transporte urbano de buses en la ciudad de Esmeraldas desde la óptica del usuario. Llego a la conclusión que repercuten al momento de brindar el servicio son: la falta de peritos por parte de la autoridad municipal para dar soluciones en los aspectos operativos.

Por otro lado, la satisfacción del cliente que los choferes y cobradores, el 95,82% está insatisfecho; referente a la comodidad y limpieza de unidades el 79,61% está insatisfecho; sobre el costo actual del servicio el 73,22% está satisfecho; en cuanto a la conducción de los buses el 78,63% está insatisfecho.

Morocho y Plaza (2016) en su tesis; Influencia de la calidad de servicio de transporte en la rentabilidad de la empresa. Utilizando la técnica Servqual, Caso de estudio Transfrosur Cia. Ltda. Concluye que puede ser adaptado a cualquier ámbito o sector empresarial, debido a que sus componentes de la calidad del servicio correspondientes a la confiabilidad, seguridad, responsabilidad, bienes y empatía, ayudan a determinar las fortalezas y debilidades, que fundamentarán la toma de decisiones directivas

2.1.2. ANTECEDENTES NACIONALES

Díaz, Haro, Luna y Torres (2018) en su trabajo de tesis; Calidad en el servicio al cliente en el transporte público urbano en la provincia del Cusco. Llego a conclusión que el 13% de nuestros encuestados indica contar con sistemas de gestión de calidad.

También, el autor manifiesta que el nivel de cumplimiento de los factores de la gestión de la calidad es satisfactorios para nuestra muestra, a través de los resultados del modelo SERVQUA.

Existe influencia positiva por parte de la dimensión F (Fiabilidad), respecto a la CT (Calidad Total) del servicio de Transporte Público Urbano de la provincia de Cusco, representando el 23.1% del total; por lo tanto, se concluye que esta dimensión sirve para la medición de la percepción del servicio en el sector.

Gaytán (2019), en su título de investigación; Calidad del servicio de transporte urbano basado en percepciones de los usuarios, Trujillo – 2018. Concluye que la percepción de los usuarios el 87 % el nivel de elementos tangibles tiene una calificación media en la calidad del servicio.

Por otro lado, el autor en su estudio menciona que la percepción de los usuarios el 47 % la calificación media el nivel de la capacidad de respuesta.

Finalmente, la percepción de usuarios el 41 % la calificación media el nivel de empatía.

Revilla (2018), en trabajo de investigación; Evaluación de la calidad de servicio de una empresa de transporte de carga y encomiendas en la ciudad de Chiclayo 2017. Concluye que no brinda un servicio de calidad a sus clientes, pues la diferencia entre la percepción y expectativas es de – 1.38, que los colaboradores no cumplen con la entrega en las fechas de salida y llegada de los productos.

Las expectativas de los clientes en la empresa obtienen un puntaje de 4.76 y 4.76 más alto son la capacidad de respuesta y la empatía a los clientes que los colaboradores brinden un trato cordial y amistoso.

La percepción de los clientes en la empresa con puntajes de 3.90 y 3.77. Donde se observa que requieren que se les indique la fecha de salida y llegada de sus envíos.

Peña y Cruz (2017), en su tesis; La calidad de servicio y la satisfacción del cliente de las empresas de transporte de pasajero interprovincial de la ciudad de Abancay, 2014. Concluye que La calidad del servicio y satisfacción del cliente, la brecha de 24.9 % es regular y seguido con el 12.45 % hay una mala satisfacción del cliente, las unidades vehiculares se mantienen en una condición buena.

Con respecto a las dimensiones; elementos tangibles, capacidad de respuesta y la empatía, para ejecutar el servicio ofrecido de forma precisa, veraz y cuidadosa, que la empresa tiene una brecha de insatisfacción por parte de los clientes.

2.1.3. ANTECEDENTES LOCALES

Flores y Ayra (2015), en trabajo de investigación; La calidad en el servicio y su relación con el grado de satisfacción del cliente en el transporte público de la empresa León de Oro Express S.C.R.L. de Huánuco. Periodo 2015. Concluye que la empresa no cuenta con ambientes o instalaciones físicas adecuadas. Por otro tanto, el trabajador muestra deficiencias en su trabajo, debido que desconoce de brindar servicio, todo esto genera insatisfacción a los clientes.

2.2. BASES TEÓRICAS

2.2.1. CALIDAD DE SERVICIO

Requema y Serrano (2007) “es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo” (p. 20).

Serna (2006) “es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos” (p. 19).

Kotler (1997) “es cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra; son esencialmente intangibles y no dan lugar a la

propiedad de ninguna cosa. Su producción puede estar vinculada o no con un producto físico” (p. 656).

2.2.1.1 CARACTERÍSTICAS

Para Serna (2006) las características más comunes se encuentran las siguientes:

- Es Intangible, no se puede percibir con los sentidos.
- Es Perecedero, Se produce y consume instantáneamente.
- Es Continuo, quien lo produce es a su vez el proveedor del servicio.
- Es Integral, todos los colaboradores forman parte de ella.
- La Oferta del servicio, prometer y cumplir.
- El Foco del servicio, satisfacción plena del cliente.
- El Valor agregado, plus al producto (p. 19).

2.2.1.2 TIPO DE CLIENTE

Cliente interno

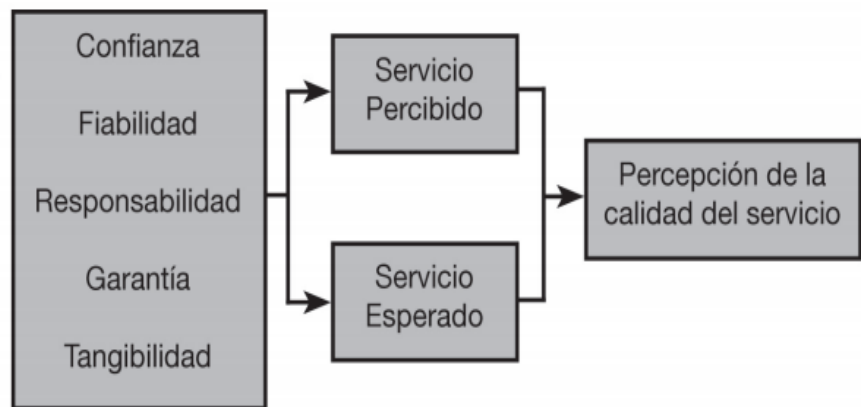
León (2004) “es el personal de la empresa es contado como cliente interno, ya que es el receptor primario de la visión, misión, estrategias y acciones planteadas en la empresa para crear valor y ofrecer un buen servicio al cliente externo” (p. 16)

Cliente externo

León (2004) “esta categoría de clientes comprende a los intermediarios que directamente tienen relación con la empresa y hacia los cuales debe manifestarse un valor agregado perceptible y una calidad en el servicio que establezca una diferencia” (p. 17)

2.2.1.3 MODELO SERVQUAL

Para Ayllon y Mucha (2014) “el modelo SERVQUAL son percepciones reales por parte de los clientes del servicio y las expectativas que sobre éste se habían formado previamente” (p. 47).



Fuente: Zeithaml, Berry y Parasuraman (1988, p. 26).

Figura 1. Modelo SERVQUAL

Planteado por Zeithaml, Berry y Parasuraman (1988), mide, evalúa y gestiona la calidad del servicio. Este modelo es conocido como el Modelo SERVQUAL que significa en inglés “Modelo de la calidad del servicio”.

2.2.1.4 Elementos tangibles

Caldera et al. (2011) “representan las características físicas y apariencia del proveedor, es decir, de las instalaciones, equipos, personal y otros elementos con los que el cliente está en contacto al contratar el servicio” (p. 343)

Zapata (2014) “son materiales, facilidades físicas, instalaciones, equipamiento y apariencia del personal prestador del servicio” (p. 5).

Apariencia del personal

Velásquez (2020) “una persona, aunque hay características que son propios, como, por ejemplo, la forma de la cara, si la

empresa de servicio cuenta con personal pulcro o vestido correctamente” (p. 26).

Instalaciones físicas

Velásquez (2020) “viene a ser el emplazamiento, el diseño, la estructura, la estructura material y los elementos que componen los edificios, son elementos que condicionan la salud, la seguridad y el bienestar de los clientes y trabajadores” (p. 26).

Elementos materiales

Velásquez (2020) “se utilizan para procesar, transformar, o que se procesan o transforman en el proceso productivo de un bien o servicio como: Folletos, maquinaria y equipos” (p. 26).

2.2.1.5 Capacidad de respuesta

Caldera et al. (2011) “representa la disposición de ayudar a los clientes y proveerlos de un servicio rápido” (p. 343).

Zapata (2014) “voluntad y deseo de ayudar a los usuarios y de servirles de forma rápida y oportunamente” (p. 5).

Parasumaran, Zeithaml y Berry (1988) “es la capacidad que tienen los empleados para ayudar a los clientes y brindar el servicio de manera rápida”

Resolución de problemas

Kempa (1986) “un proceso mediante el cual se elabora la información en el cerebro del sujeto que los resuelve; dicho proceso requiere el ejercicio de la memoria de trabajo así como de la memoria a corto y largo plazo, e implica no sólo la comprensión del problema sino la selección y utilización adecuada de estrategias que le permitirán llegar a la solución” (p. 98).

Escucha a los clientes

Ortiz (2007) “es la capacidad de captar, atender e interpretar los mensajes verbales y otras expresiones como el lenguaje corporal y el tono de la voz” (p.9).

2.2.1.6 Empatía

Caldera et al. (2011) “es el grado de atención personalizada que ofrecen las empresas a sus clientes” (p. 343).

Zapata (2014) “atención, cuidado y complementos que ofrece la empresa prestadora del servicio a los usuarios” (p. 5).

Por su lado, Davis (1996). Menciona que; “la empatía es un conjunto de constructos que incluyen los procesos de ponerse en el lugar del otro y respuestas tanto afectivas que resultan de esos procesos”.

Accesibilidad

Zeithman y Bitner (2002). “la accesibilidad permite a las personas participar en las actividades sociales y económicas para las que se ha concebido el entorno construido”

Comunicación

Chiavenato (2006) “el intercambio de información entre personas. Significa volver común un mensaje o una información. Constituye uno de los procesos fundamentales de la experiencia humana y la organización social” (p.110).

Comprensión del cliente

Lanares (2018) “conocer los requerimientos específicos de los clientes; ofrecer atención personalizada; segmentar los mercados y ofrecer paquetes de servicios diseñados para cada segmento” (p. 39).

2.2.2. SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Kotler (2005) "el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas" (p. 40).

García y Romero (2014) "el cliente hace una valorización del producto o servicio en relación a sus necesidades y expectativas, si son cumplidas obtendrá satisfacción, de lo contrario mantendrá una postura de insatisfacción" (p. 112).

2.2.2.1 Importancia de la satisfacción del cliente

Para Ayllon y Mucha (2014) "La importancia de la satisfacción del cliente en el mundo empresarial reside en que un cliente satisfecho será un activo para la compañía debido a que probablemente volverá a usar sus servicios o productos" (p. 50).

2.2.2.2 Beneficios de lograr la satisfacción del cliente

Para Ayllon y Mucha (2014) "existen diversos beneficios que toda empresa u organización puede obtener al lograr la satisfacción de sus clientes" (p. 54).

Éstos pueden ser resumidos en tres grandes beneficios para lograr la satisfacción del cliente:

Primero; "el cliente satisfecho, por lo general, vuelve a comprar. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio su lealtad y por ende, la posibilidad de venderle el mismo u otros productos adicionales en el futuro" (p. 55).

Segundo; "el cliente satisfecho comunica a otros sus experiencias positivas con un producto o servicio. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio una difusión gratuita que el cliente satisfecho realiza a sus familiares, amistades y conocidos" (p.55).

Tercero; “el cliente satisfecho deja de lado a la competencia. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio un determinado lugar (participación) en el mercado” (p. 55).

2.2.2.3 Expectativas del cliente

Zeithaml y Bitner (2002) “creencias relacionadas con la prestación del servicio que funcionan como estándares o puntos de referencias contra los cuales se juzgan su desempeño” (p. 62).

Servicio deseado

Zeithaml y Bitner (2002) “es la expectativa del cliente, viene hacer la forma que se combina entre el cliente y el servicio brindado por la entidad bancaria; asimismo; es una mezcla de criterio del cliente entre opciones como él puede ser o con lo que debe de ser” (p. 63).

Servicio adecuado

Zeithaml y Bitner (2002) “los clientes o usuarios siempre delimitan dentro de una esfera de competencia entre los satisfactorio y criterios de no satisfacción, es decir en delimitado contexto que expectativas se pueden lograr para alcanzar el fin al que se esperaba llegar” (p. 64).

2.2.2.4 Rendimiento percibido

Para Ayllon y Mucha (2014) “el cliente considera haber obtenido luego de adquirir un producto o servicio. Dicho de otro modo, es el “resultado” que el cliente “percibe” cuando obtiene el producto o servicio que adquirió” (p. 51).

Caldera et al. (2011) “al desempeño (en cuanto a la entrega de valor) que el cliente considera haber obtenido luego de adquirir un producto o servicio” (p. 344).

Opinión del cliente

López (2018) “la opinión del cliente se determina desde el punto de vista del cliente, no de la empresa” (p. 29).

Percepción del cliente

López (2018) “la percepción del cliente está basada en las percepciones del cliente, no necesariamente en realidad” (p. 29).

2.2.2.5 Niveles de Satisfacción

Caldera et al. (2011) “es la realización de compra o adquisición de un producto o servicio, los clientes experimentan uno de éstos tres niveles de satisfacción” (p. 344).

Insatisfecho

Ayllon y Mucha (2014) “se produce cuando el desempeño percibido del producto no alcanza las expectativas del cliente” (p. 53).

Caldera et al. (2011) “se produce cuando el desempeño percibido del producto no alcanza las expectativas del cliente” (p. 344).

Satisfecho

Ayllon y Mucha (2014) “Se produce cuando el desempeño percibido del producto coincide con las expectativas del cliente” (p. 53).

Caldera et al. (2011) “se produce cuando el desempeño percibido del producto coincide con las expectativas del cliente” (p. 344)

Complacencia

Ayllon y Mucha (2014) "Se produce cuando el desempeño percibido excede a las expectativas del cliente" (p. 53).

Caldera et al. (2011) "se produce cuando el desempeño percibido excede a las expectativas del cliente" (p. 344).

2.3. DEFINICIONES CONCEPTUALES

Calidad: "Es el nivel de excelencia que la empresa ha logrado alcanzar para satisfacer a su clientela. Representa al mismo tiempo, la medida en que se logra dicha calidad. Característica que se atribuye a todas aquellas cosas que representan excelencia, eficacia y efectividad" (Zeithaml & Bitner, 2002).

Calidad del Servicio: "Cumplir con los requerimientos que necesita el cliente con el mínimo de errores y defectos. Es un elemento básico de las percepciones del cliente" (Zeithaml & Bitner, 2002).

Cliente: "alguien que accede a un producto o servicio por medio de una transacción financiera u otro medio de pago". Quien compra, es el comprador y quien consume el consumidor" (Ayllon y Mucha, 2014)

Expectativas: "la anticipación de un evento o consecuencia futura" (Escoriza, 1985).

Rendimiento percibido: Es el "resultado" que el cliente "percibe" que obtuvo en el producto o servicio que adquirió (Kotler Philip, 2003).

Servicios: Es una actividad o una serie de actividades de naturaleza más o menos intangible, que normalmente pero no necesariamente, tiene lugar a través de interacciones entre los clientes y los empleados de la empresa de servicios que intentan resolver los problemas del consumidor (Grönroos, 1994).

Tangibilidad: “es la capacidad de reflejar una apariencia de las instalaciones y garantizar excelencia en la convivencia de compra derivadas del diseño interior del punto de venta” (Kotler, Philip, 2011).

2.4. HIPÓTESIS

2.4.1. HIPÓTESIS GENERAL

La calidad del servicio se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en la Empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C – 2021.

2.4.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICOS

- a. El elemento tangible se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en la Empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C – 2021.
- b. La capacidad de respuesta se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en la Empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C – 2021.
- c. La empatía se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en la Empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C – 2021.

2.5. VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

2.5.1. VARIABLE INDEPENDIENTE

Calidad de servicio.

2.5.2. VARIABLE DEPENDIENTE

Satisfacción del cliente.

2.6. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES (DIMENSIONES E INDICADORES)

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
X: "Calidad de servicio"	Elemento Tangibles	Apariencia personal
		Instalaciones Físicas
		Elementos Materiales
	Capacidad de Respuesta	Tiempo de espera
		Solución de los problemas
		Escucha a los clientes
	Empatía	Accesibilidad
		Comunicación
		Comprensión del Cliente
X: "Satisfacción del cliente"	Expectativas	Servicio deseado
		Servicio adecuado
	Rendimiento percibido	Opinión del cliente
		Percepción del cliente
	Nivel de Satisfacción	insatisfecho
		Satisfecho
		Complacencia

Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

3.1.1. ENFOQUE

Se aplicará el enfoque cuantitativo, porque “se utilizará la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías” (Hernández, 2014).

3.1.2. ALCANCE O NIVEL

En la presente investigación es de nivel de investigación descriptivo porque “se pretende comprender, describir, registrar, analizar e interpretar la naturaleza actual y la composición o procesos de los fenómenos del problema planteado”, por otra parte, es Correlacional porque “saber cómo se puede comportar un concepto o variable conociendo el comportamiento de otras variables relacionadas. Este estudio mide las dos o más variables que se desea conocer, si están o no relacionadas con el mismo sujeto y así analizar la correlación”. (Hernández, 2014).

3.1.3. DISEÑO

El proyecto de investigación tendrá un diseño no experimental – de tipo transaccional o transversal. Ya que se trata de una investigación donde no se realiza manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.

Es transversal ya que su propósito es “recolectar datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como tomar una fotografía de algo que sucede” (Hernández, 2014).

3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.2.1. POBLACIÓN

La población está constituida por 1 grupo; conformado por 4087 clientes que acudieron en el mes de enero, febrero y marzo en la Empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.

Tabla 1. Clientes en la Empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.

Clasificación	Cantidad
Clientes mes de enero	1340
Clientes mes de febrero	1424
Clientes mes de marzo	1323
Total	4087

Fuente: Guía de Control Interno.

3.2.2. MUESTRA

El tamaño de la muestra es probabilístico, este es un proceso en el que se conoce la probabilidad que tiene cada elemento de integrar la muestra.

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{e^2 (N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

$$n = \frac{1.96^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5 \cdot 4087}{0.05^2 (4087 - 1) + 1.96^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}$$

Dónde:

Z = Nivel de confianza del 95%	=	1.96
p = Probabilidad de éxito	=	0.5
q = Complemento de p 1-p	=	0.5
e = Precisión o margen de error de 5%	=	0.05
N = Población	=	4087

n = Tamaño de muestra	=	351 (clientes)
------------------------------	---	-----------------------

3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Para llevar a cabo el trabajo de investigación, la herramienta utilizada para la recolección de datos será la siguiente:

- **Encuesta:** El uso de esta técnica, permitirá acopiar datos e información sobre las variables de investigación, y esto es, a través de los clientes que acuden a la empresa de transporte Bella Durmiente.
- **Instrumento:** el cuestionario contiene 16 preguntas el cual engloba preguntas para cada una de las dimensiones. Cada uno de estos ítems sera medido utilizando la escala de Likert con valores entre uno y cinco, donde uno (1) se refiere a totalmente en desacuerdo, dos (2) en desacuerdo, tres (3) ni de acuerdo ni en desacuerdo, cuatro (4) de acuerdo y cinco (5) totalmente de acuerdo

3.4. TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Una vez recolectados los datos de la investigación se procederán a realizar el procesamiento y análisis de la información obtenida, para la tabulación de los datos se hará uso de técnicas estadísticas, el programa SPSS y el programa Excel, así obtener los gráficos con los resultados de la investigación.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

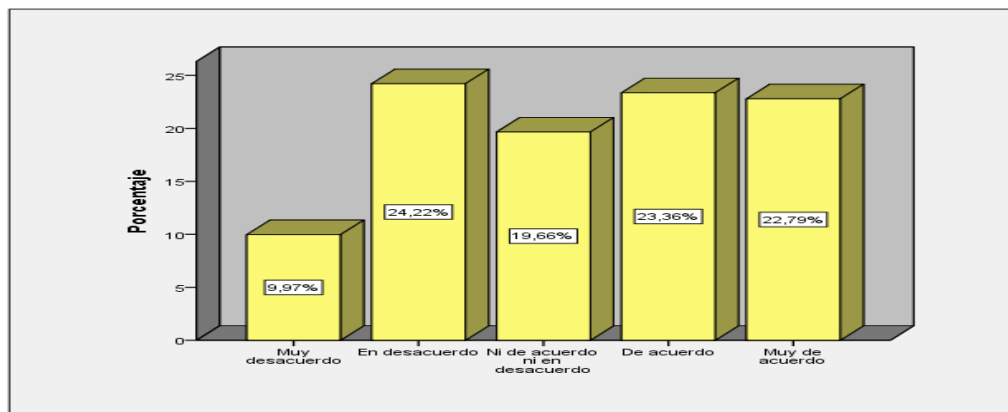
4.1. PROCESAMIENTO DE DATOS

Variable independiente: Calidad de servicio

Tabla 2. Apariencia personal en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.

Válido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy desacuerdo	35	10,0	10,0	10,0
En desacuerdo	85	24,2	24,2	34,2
Ni de acuerdo no en desacuerdo	69	19,7	19,7	53,8
De acuerdo	82	23,4	23,4	77,2
Muy de acuerdo	80	22,8	22,8	100,0
Total	351	100,0	100,0	

Nota: Encuesta a clientes, 2021
Elaboración: Propia.



Nota: Encuesta a clientes, 2021.

Figura 2. Apariencia personal en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.

Interpretación y análisis:

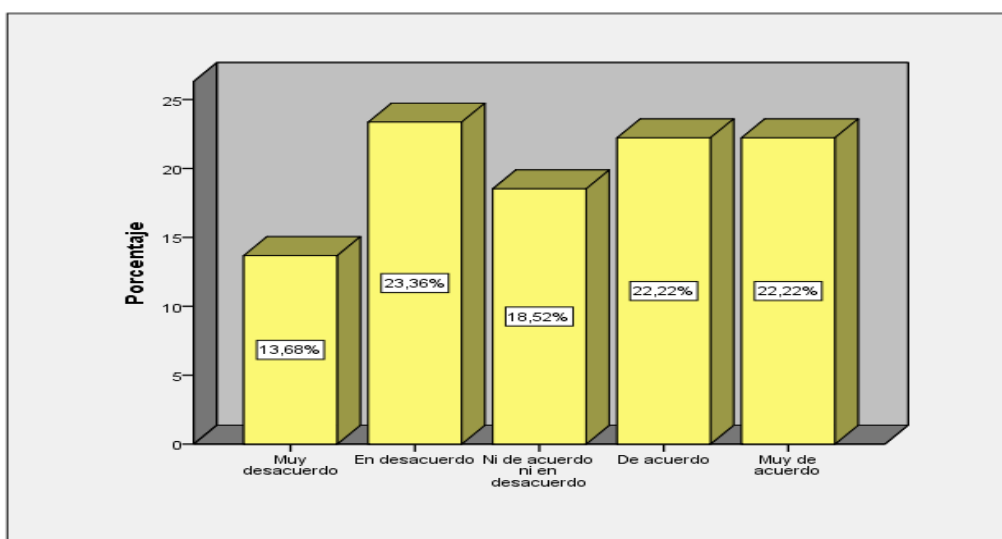
En la Tabla 2, la apariencia personal donde el 24.2 % de los encuestados señalan en desacuerdo, por otro lado el 23.4 % respondió estar de acuerdo y por finalmente se observa que un 10 % manifiesta que muy desacuerdo la apariencia personal. Para el análisis, los clientes han calificado en desacuerdo la presentación de los trabajadores de la empresa no están cumpliendo con las características de la calidad personal como: la imagen, vestimenta, el aseo el comportamiento y hasta la forma de expresarse.

Tabla 3. Instalaciones físicas en la empresa Bella Durmiente Cargo

Válido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy desacuerdo	48	13,7	13,7	13,7
En desacuerdo	82	23,4	23,4	37,0
Ni de acuerdo no en desacuerdo	65	18,5	18,5	55,6
De acuerdo	78	22,2	22,2	77,8
Muy de acuerdo	78	22,2	22,2	100,0
Total	351	100,0	100,0	

S.A.C.

Nota: Encuesta a clientes, 2021
Elaboración: Propia.



Nota: Encuesta a clientes, 2021.

Figura 3. Instalaciones físicas en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.

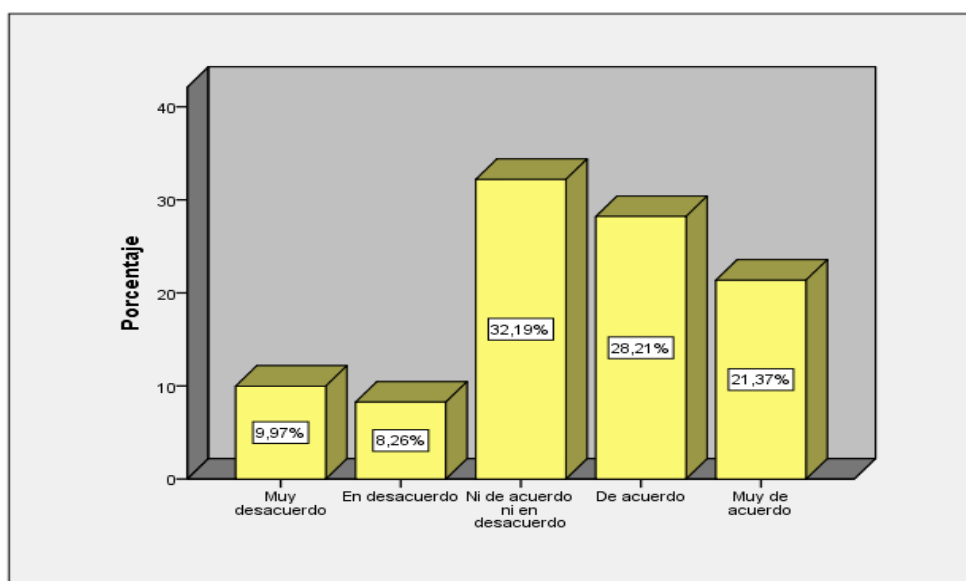
Interpretación y análisis:

En la Tabla 3, las instalaciones físicas donde el 23.4 % de los encuestados señalan en desacuerdo, por otro lado el 22.2 % respondió estar de acuerdo y muy de acuerdo con las instalaciones de la empresa, finalmente se observa que un 13.7 % manifiesta que muy desacuerdo las instalaciones de la empresa. Para el análisis, los clientes han calificado en desacuerdo las instalaciones de la empresa porque se observa un espacio reducido, que tiene dificultades en la distribución de los productos (encomiendas) puesto a los almacenes y también, para los espacios de camiones de cargas que no garantiza la seguridad de los trabajadores de la empresa.

Tabla 4. Elementos materiales en la empresa Bella Dormiente Cargo S.A.C.

Válido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy desacuerdo	35	10,0	10,0	10,0
En desacuerdo	29	8,3	8,3	18,2
Ni de acuerdo no en desacuerdo	113	32,2	32,2	50,4
De acuerdo	99	28,2	28,2	78,6
Muy de acuerdo	75	21,4	21,4	100,0
Total	351	100,0	100,0	

Nota: Encuesta a clientes, 2021
Elaboración: Propia.



Nota: Encuesta a clientes, 2021.

Figura 4. Elementos materiales en la empresa Bella Dormiente Cargo S.A.C.

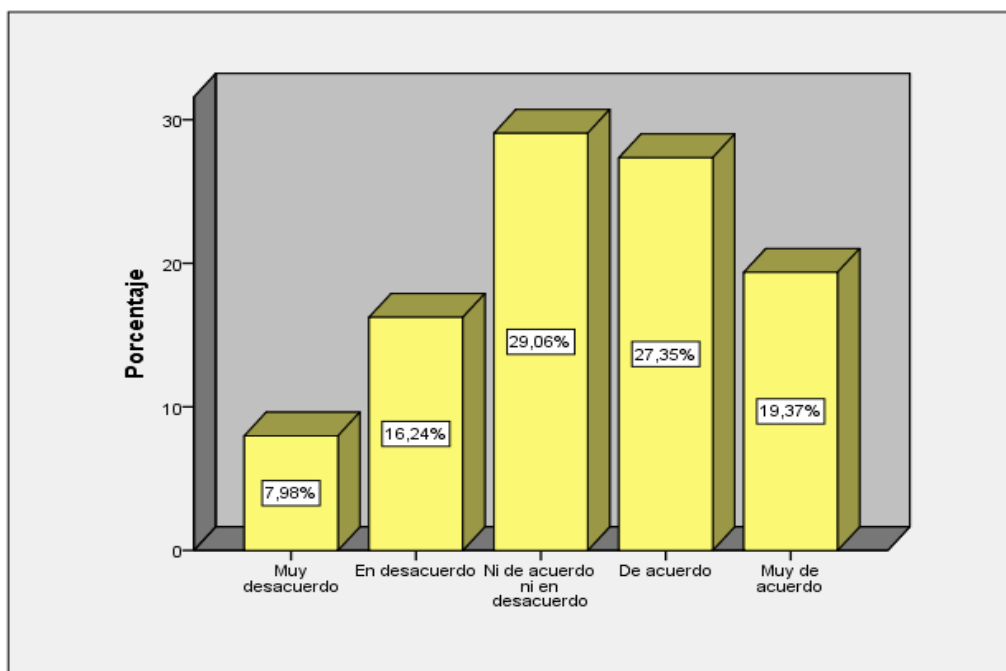
Interpretación y análisis:

En la Tabla 4, los materiales de los trabajadores donde el 32.2 % de los encuestados señalan ni de acuerdo ni en desacuerdo, por otro lado el 28.2 % respondió estar de acuerdo y finalmente se observa que un 10.0 % manifiesta muy desacuerdo los materiales de la empresa. Para el análisis, los clientes manifiestan que los equipos son antiguos y los camiones de carga, requieren de un plan de mantenimiento preventivo, permitiendo de esta manera que la empresa se preocupe en mejorar sus recursos y así brinda un buen servicio de calidad.

Tabla 5. Tiempo de espera en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.

Válido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy desacuerdo	28	8,0	8,0	8,0
En desacuerdo	57	16,2	16,2	24,2
Ni de acuerdo no en desacuerdo	102	29,1	29,1	53,3
De acuerdo	96	27,4	27,4	80,6
Muy de acuerdo	68	19,4	19,4	100,0
Total	351	100,0	100,0	

Nota: Encuesta a clientes, 2021
Elaboración: Propia.



Nota: Encuesta a clientes, 2021.

Figura 5. Tiempo de espera en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.

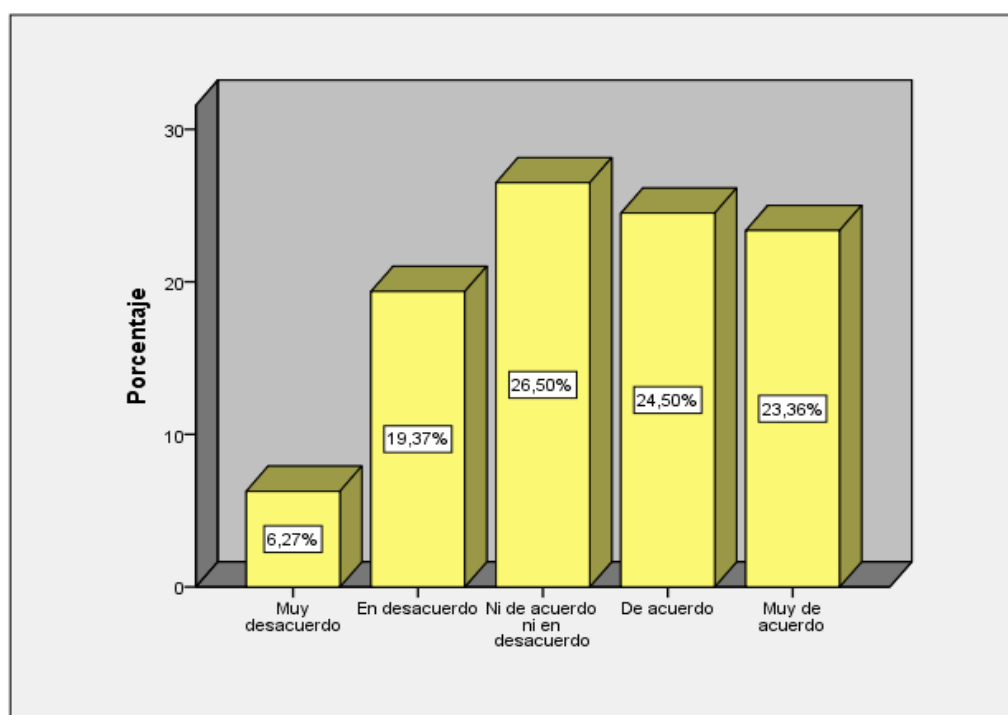
Interpretación y análisis:

En la Tabla 5, el tiempo de espera donde el 29.1 % de los encuestados señalan ni de acuerdo ni en desacuerdo, por otro lado el 27.4 % respondió estar de acuerdo y finalmente se observa que un 8.0 % manifiesta muy desacuerdo el tiempo de espera a los clientes. Para el análisis, los clientes están desacuerdo, ni de acuerdo que los trabajadores que laboran en la empresa no están cumpliendo con cabalidad, es por esos que los clientes se quejan porque esperan mucho tiempo en ser atendidos.

Tabla 6. Solución de los problemas en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.

Válido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy desacuerdo	22	6,3	6,3	6,3
En desacuerdo	68	19,4	19,4	25,6
Ni de acuerdo no en desacuerdo	93	26,5	26,5	52,1
De acuerdo	86	24,5	24,5	76,6
Muy de acuerdo	82	23,4	23,4	100,0
Total	351	100,0	100,0	

Nota: Encuesta a clientes, 2021
Elaboración: Propia.



Nota: Encuesta a clientes, 2021.

Figura 6. Solución de los problemas en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.

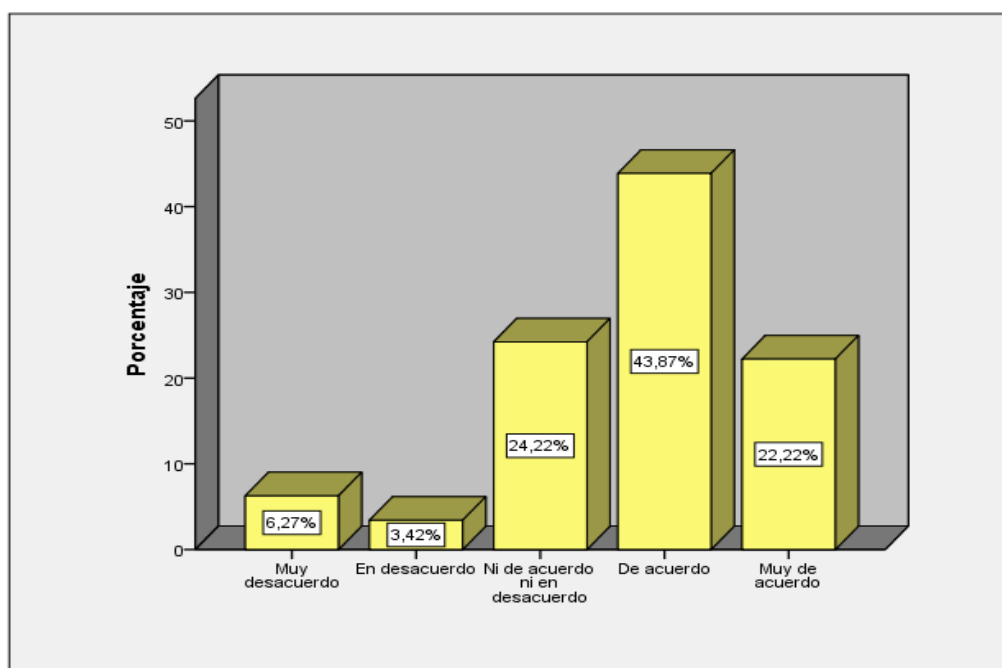
Interpretación y análisis:

En la Tabla 6, solución de los problemas de los clientes donde el 26.5 % de los encuestados señalan ni de acuerdo ni en desacuerdo, por otro lado el 24.5 % respondió estar de acuerdo y finalmente se observa que un 6.3 % manifiesta muy desacuerdo la solución de los problemas a nuestros clientes. Para el análisis, los clientes manifiestan que los trabajadores que laboran en la empresa no siempre está dispuesto en apoyar o brindar información sobre sus paquetes y mercancías.

Tabla 7. Escucha a los clientes en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.

Válido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy desacuerdo	22	6,3	6,3	6,3
En desacuerdo	12	3,4	3,4	9,7
Ni de acuerdo no en desacuerdo	85	24,2	24,2	33,9
De acuerdo	154	43,9	43,9	77,8
Muy de acuerdo	78	22,2	22,2	100,0
Total	351	100,0	100,0	

Nota: Encuesta a clientes, 2021
Elaboración: Propia.



Nota: Encuesta a clientes, 2021.

Figura 7. Escucha a los clientes en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.

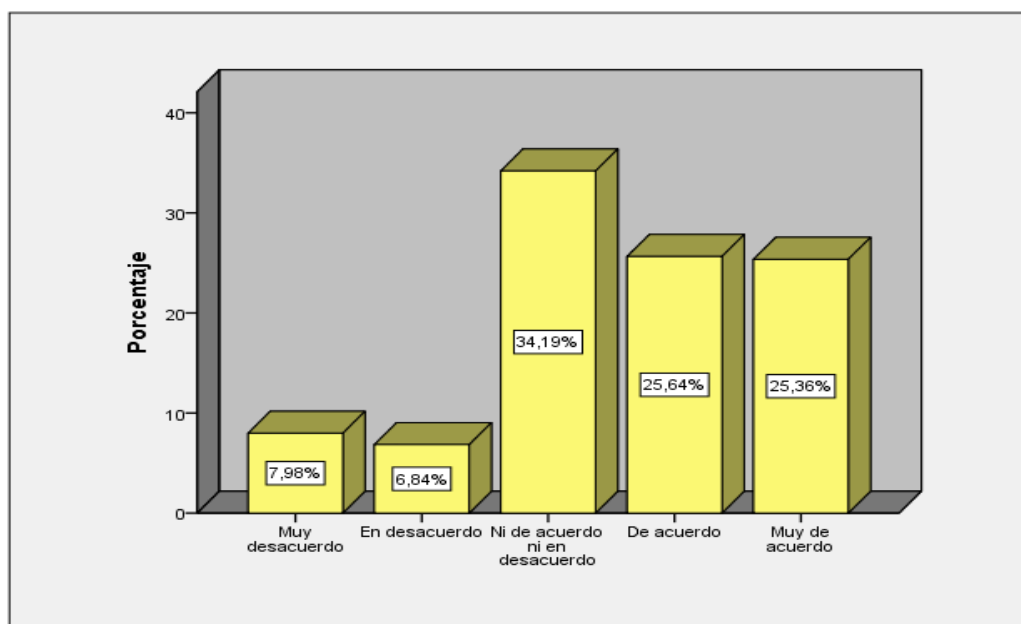
Interpretación y análisis:

En la Tabla 7, escucha a los clientes donde el 43.9 % de los encuestados señalan de acuerdo, por otro lado el 24.2 % respondió estar de ni de acuerdo ni en desacuerdo y finalmente se observa que un 3.4 % manifiesta en desacuerdo en escuchar a los clientes. Para el análisis, es muy importante que los trabajadores de la empresa escuchen y responden rápidamente a sus clientes para que el servicio sea considerado de calidad.

Tabla 8. Accesibilidad en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.

Válido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy desacuerdo	28	8,0	8,0	8,0
En desacuerdo	24	6,8	6,8	14,8
Ni de acuerdo no en desacuerdo	120	34,2	34,2	49,0
De acuerdo	90	25,6	25,6	74,6
Muy de acuerdo	89	25,4	25,4	100,0
Total	351	100,0	100,0	

Nota: Encuesta a clientes, 2021
Elaboración: Propia.



Nota: Encuesta a clientes, 2021.

Figura 8. Accesibilidad en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.

Interpretación y análisis:

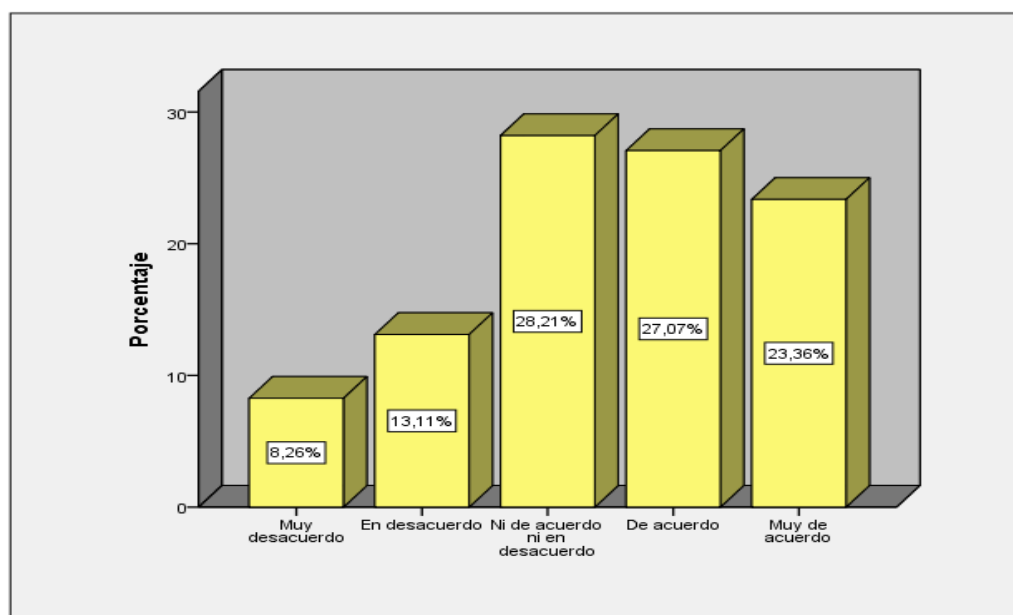
En la Tabla 8, accesibilidad a los clientes donde el 34.2 % de los encuestados señalan ni de acuerdo ni en desacuerdo, por otro lado el 25.4 % respondió estar de muy de acuerdo y finalmente se observa que un 6.8 % manifiesta en desacuerdo la accesibilidad a los clientes. Para el análisis, los clientes están ni de acuerdo ni en desacuerdo con el horario de atención que brinda la empresa de cargas porque los clientes cada vez que recogen sus productos hay días de la semana se encuentra cerrado es por eso que es importante el horario de atención a los clientes.

Tabla 9. Comunicación en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.

Válido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy desacuerdo	29	8,3	8,3	8,3
En desacuerdo	46	13,1	13,1	21,4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	99	28,2	28,2	49,6
De acuerdo	95	27,1	27,1	76,6
Muy de acuerdo	82	23,4	23,4	100,0
Total	351	100,0	100,0	

Nota: Encuesta a clientes, 2021

Elaboración: Propia.



Nota: Encuesta a clientes, 2021.

Figura 9. Comunicación en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.

Interpretación y análisis:

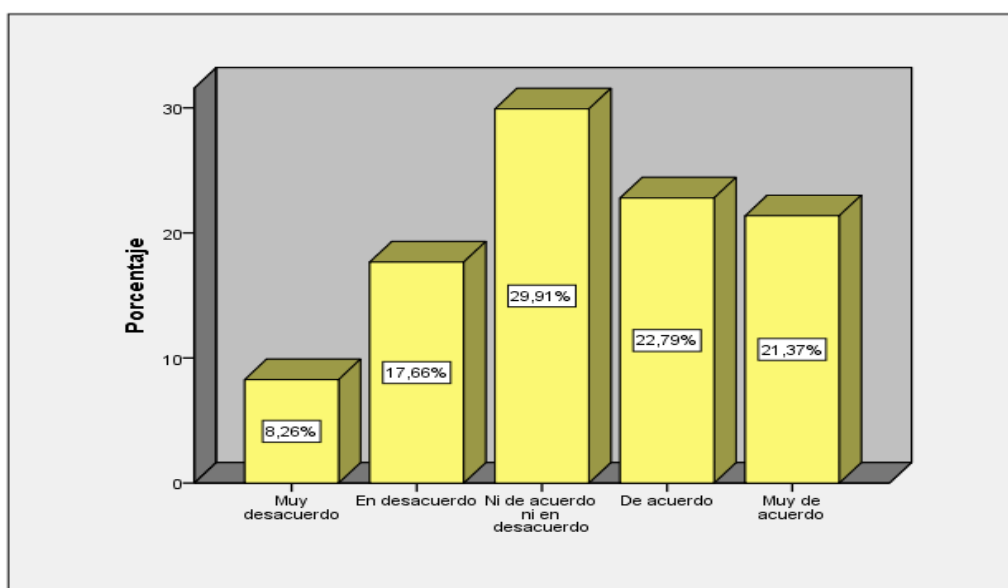
En la Tabla 9, comunicación a los clientes donde el 28.2 % de los encuestados señalan ni de acuerdo ni en desacuerdo, por otro lado el 27.1 % respondió estar de acuerdo y finalmente se observa que un 8.3 % manifiesta en muy desacuerdo la comunicación a los clientes. Para el análisis, los clientes están ni de acuerdo ni en desacuerdo con los trabajadores de comunicar e informar los servicios que brinda la empresa de cargas, porque esto constituye la atención apropiada suelen ser aspectos importantes la comunicación efectiva entre el trabajador y el cliente.

Tabla 10. Comprensión del cliente en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.

Válido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy desacuerdo	29	8,3	8,3	8,3
En desacuerdo	62	17,7	17,7	25,9
Ni de acuerdo no en desacuerdo	105	29,9	29,9	55,8
De acuerdo	80	22,8	22,8	78,6
Muy de acuerdo	75	21,4	21,4	100,0
Total	351	100,0	100,0	

Nota: Encuesta a clientes, 2021

Elaboración: Propia.



Nota: Encuesta a clientes, 2021.

Figura 10. Comprensión del cliente en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.

Interpretación y análisis:

En la Tabla 10, comprensión a los clientes donde el 29.9 % de los encuestados señalan ni de acuerdo ni en desacuerdo, por otro lado el 22.8 % respondió estar de acuerdo y finalmente se observa que un 8.3 % manifiesta en muy desacuerdo la comprensión a los clientes. Para el análisis, los clientes están ni de acuerdo ni en desacuerdo con los trabajadores de comprender sus problemas como; perdidas de encomiendas, productos en mal estado, generando así malestar e incomodidad a nuestros clientes por la atención que brinda la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.

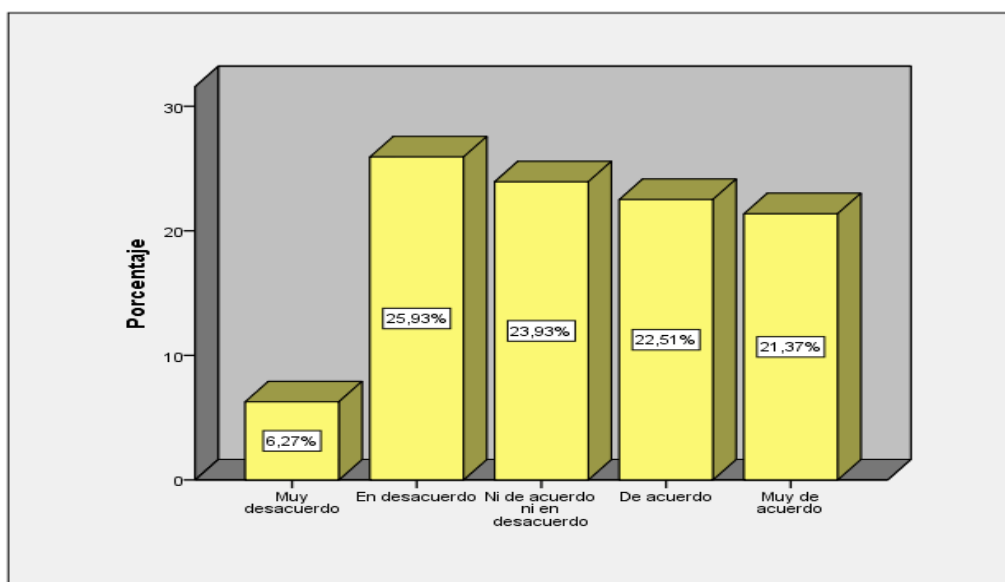
Variable dependiente: Satisfacción del cliente

Tabla 11. Servicio deseado en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.

Válido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy desacuerdo	22	6,3	6,3	6,3
En desacuerdo	91	25,9	25,9	32,2
Ni de acuerdo no en desacuerdo	84	23,9	23,9	56,1
De acuerdo	79	22,5	22,5	78,6
Muy de acuerdo	75	21,4	21,4	100,0
Total	351	100,0	100,0	

Nota: Encuesta a clientes, 2021

Elaboración: Propia.



Nota: Encuesta a clientes, 2021.

Figura 11. Servicio deseado en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.

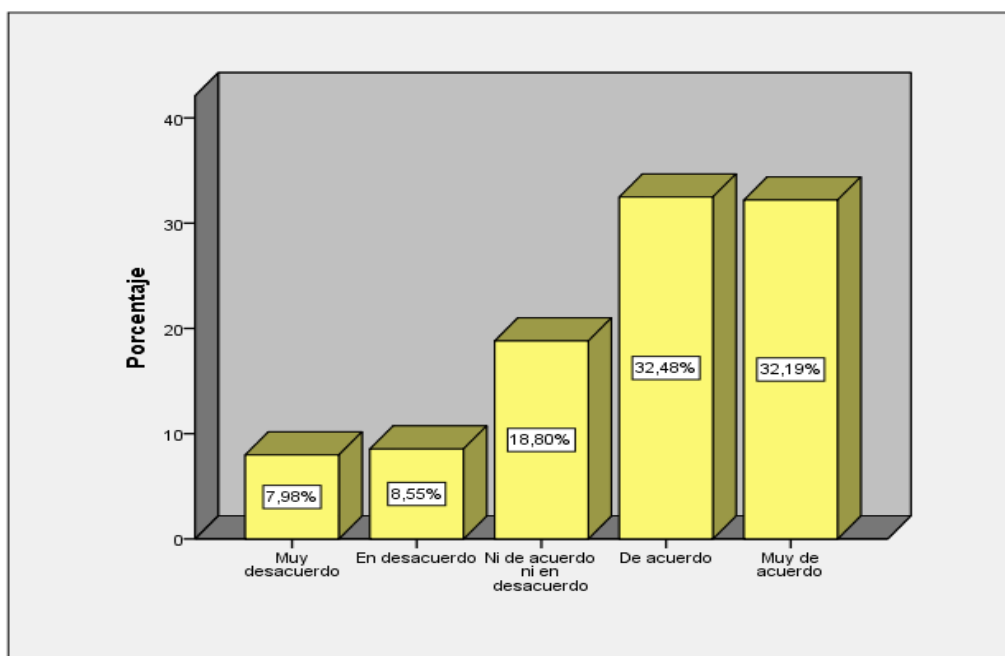
Interpretación y análisis:

En la Tabla 11, servicio deseado a los clientes donde el 25.9 % de los encuestados señalan en desacuerdo, por otro lado el 23.9 % respondió estar de ni de acuerdo ni en desacuerdo y finalmente se observa que un 6.3 % manifiesta en muy desacuerdo el servicio deseado a los clientes. Para el análisis, los clientes están en desacuerdo con el servicio y la atención que brinda la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C. porque los servicios recibidos no han cubierto sus expectativas a los clientes.

Tabla 12. Servicio adecuado en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.

Válido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy desacuerdo	28	8,0	8,0	8,0
En desacuerdo	30	8,5	8,5	16,5
Ni de acuerdo no en desacuerdo	66	18,8	18,8	35,3
De acuerdo	114	32,5	32,5	67,8
Muy de acuerdo	113	32,2	32,2	100,0
Total	351	100,0	100,0	

Nota: Encuesta a clientes, 2021
Elaboración: Propia.



Nota: Encuesta a clientes, 2021.

Figura 12. Servicio adecuado en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.

Interpretación y análisis:

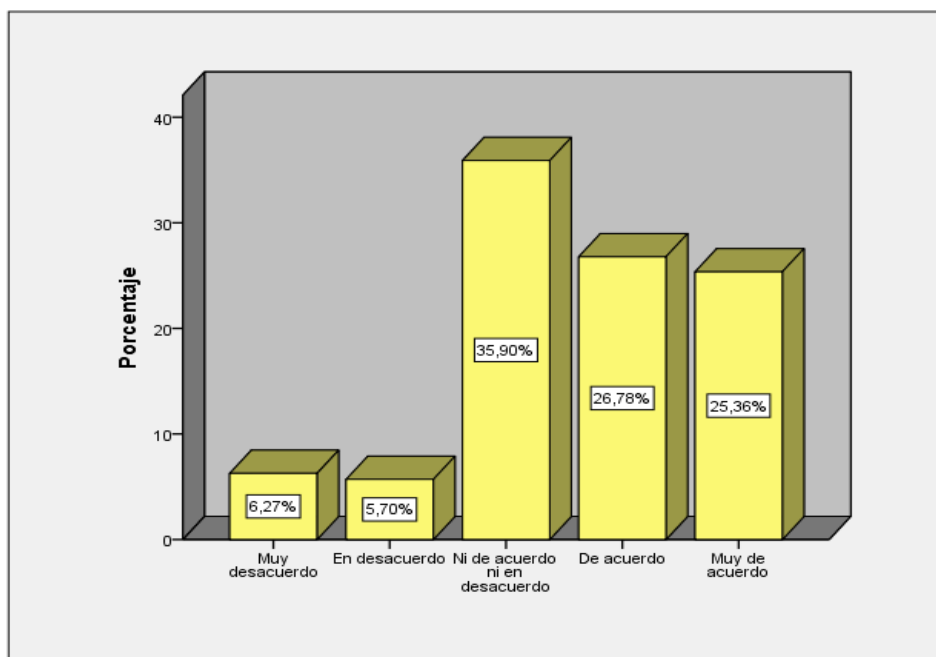
En la Tabla 12, servicio adecuado a los clientes donde el 32.5 % de los encuestados señalan de acuerdo, por otro lado el 32.2 % respondió estar de muy de acuerdo y finalmente se observa que un 8.0 % manifiesta en muy desacuerdo el servicio adecuado a los clientes. Para el análisis, los clientes están de acuerdo que es importante que la empresa de cargas cuenta con instalaciones adecuadas, espacios amplios para el terminal de camiones de cargas, también a los productos y sala de espera y así pueda recomendar a otros clientes.

Tabla 13. Opinión del cliente en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.

Válido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy desacuerdo	22	6,3	6,3	6,3
En desacuerdo	20	5,7	5,7	12,0
Ni de acuerdo no en desacuerdo	126	35,9	35,9	47,9
De acuerdo	94	26,8	26,8	74,6
Muy de acuerdo	89	25,4	25,4	100,0
Total	351	100,0	100,0	

Nota: Encuesta a clientes, 2021

Elaboración: Propia.



Nota: Encuesta a clientes, 2021.

Figura 13. Opinión del cliente en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.

Interpretación y análisis:

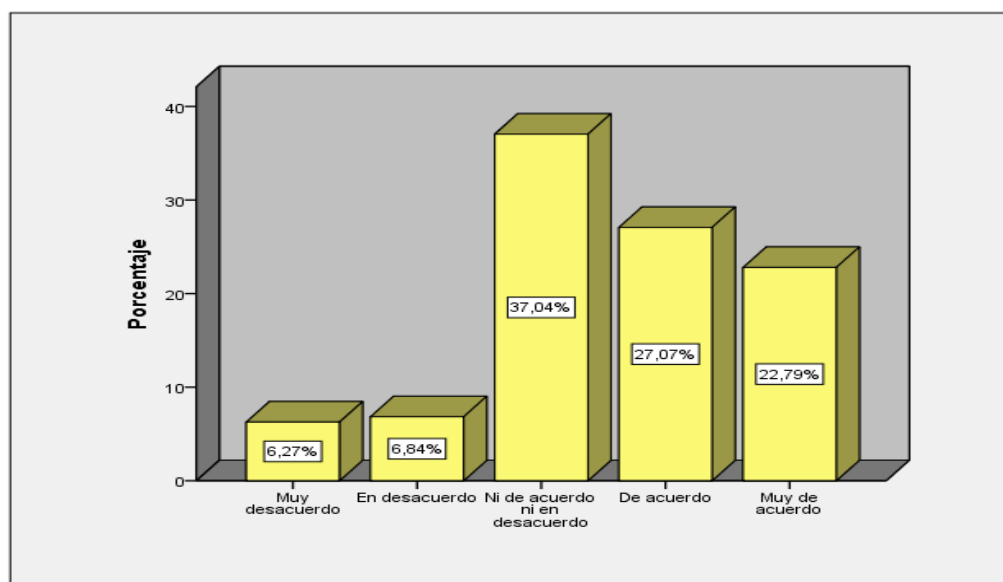
En la Tabla 13, opinión de los clientes donde el 35.9 % de los encuestados señalan ni de acuerdo ni en desacuerdo, por otro lado el 26.8 % respondió estar de acuerdo y finalmente se observa que un 5.7 % manifiesta en desacuerdo el servicio adecuado a los clientes. Para el análisis, los clientes consideran que la empresa Bella Durmiente de Cargo S.A.C., necesita mejorar la calidad de servicio en toda su dimensión.

Tabla 14. Percepción del cliente en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.

Válido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy desacuerdo	22	6,3	6,3	6,3
En desacuerdo	24	6,8	6,8	13,1
Ni de acuerdo no en desacuerdo	130	37,0	37,0	50,1
De acuerdo	95	27,1	27,1	77,2
Muy de acuerdo	80	22,8	22,8	100,0
Total	351	100,0	100,0	

Nota: Encuesta a clientes, 2021

Elaboración: Propia.



Nota: Encuesta a clientes, 2021.

Figura 14. Percepción del cliente en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.

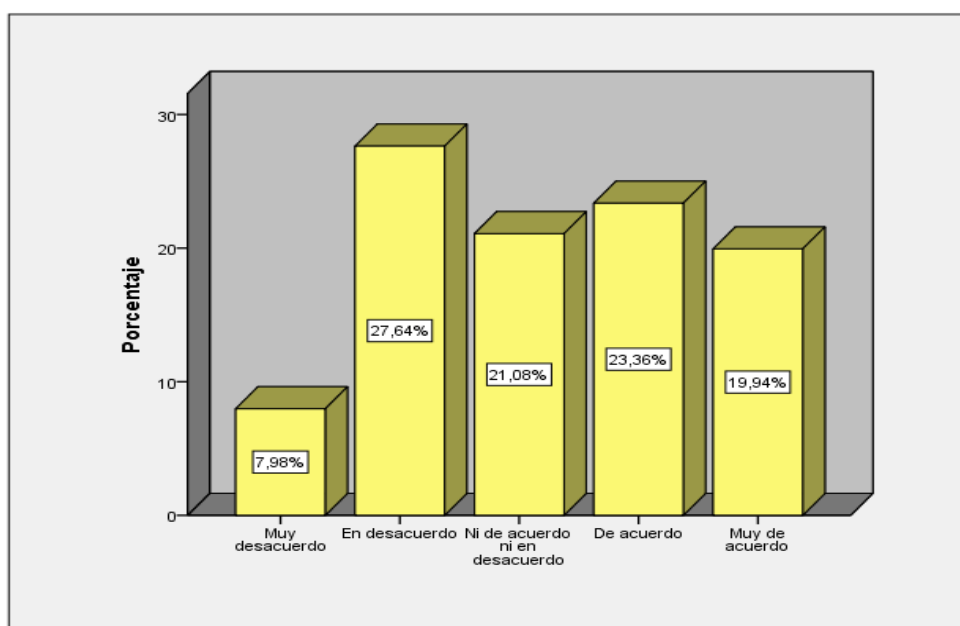
Interpretación y análisis:

En la Tabla 14, percepción de los clientes donde el 37.0 % de los encuestados señalan ni de acuerdo ni en desacuerdo, por otro lado el 27.1 % respondió estar de acuerdo y finalmente se observa que un 6.3 % manifiesta muy desacuerdo el servicio adecuado a los clientes. Para el análisis, los clientes consideran que la percepción que se lleva la calidad de servicio en la empresa Bella Durmiente de Cargo S.A.C., es que los trabajadores deben conocer todo el proceso de envío de las mercancías a su destino ya que el cliente no desconfió el servicio brindado por la empresa.

Tabla 15. Insatisfecho del cliente en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.

Válido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy desacuerdo	28	8,0	8,0	8,0
En desacuerdo	97	27,6	27,6	35,6
Ni de acuerdo no en desacuerdo	74	21,1	21,1	56,7
De acuerdo	82	23,4	23,4	80,1
Muy de acuerdo	70	19,9	19,9	100,0
Total	351	100,0	100,0	

Nota: Encuesta a clientes, 2021
Elaboración: Propia.



Nota: Encuesta a clientes, 2021.

Figura 15. Insatisfecho del cliente en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.

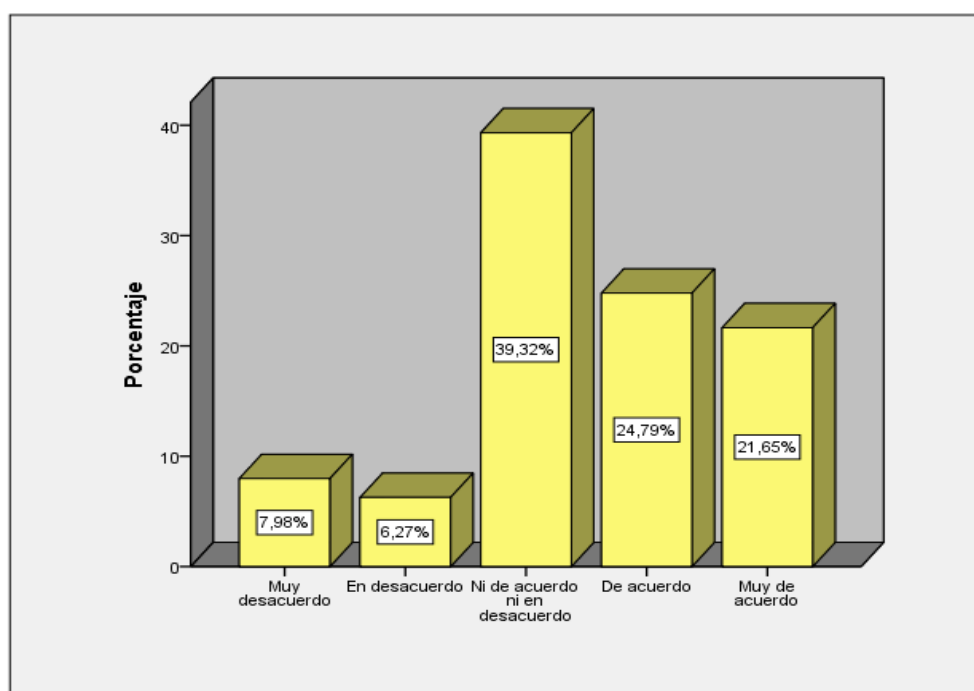
Interpretación y análisis:

En la Tabla 15, satisfacción de los clientes donde el 27.6 % de los encuestados señalan en desacuerdo, por otro lado el 27.1 % respondió estar de acuerdo y finalmente se observa que un 6.3 % manifiesta muy desacuerdo el servicio adecuado a los clientes. Para el análisis, los clientes están en desacuerdo con el servicio que brinda la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C., y que se preocupe en capacitar a su personal para que brinda una buena atención al cliente.

Tabla 16. Satisfecho del cliente en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.

Válido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy desacuerdo	28	8,0	8,0	8,0
En desacuerdo	22	6,3	6,3	14,2
Ni de acuerdo no en desacuerdo	138	39,3	39,3	53,6
De acuerdo	87	24,8	24,8	78,3
Muy de acuerdo	76	21,7	21,7	100,0
Total	351	100,0	100,0	

Nota: Encuesta a clientes, 2021
Elaboración: Propia.



Nota: Encuesta a clientes, 2021.

Figura 16. Satisfecho del cliente en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.

Interpretación y análisis:

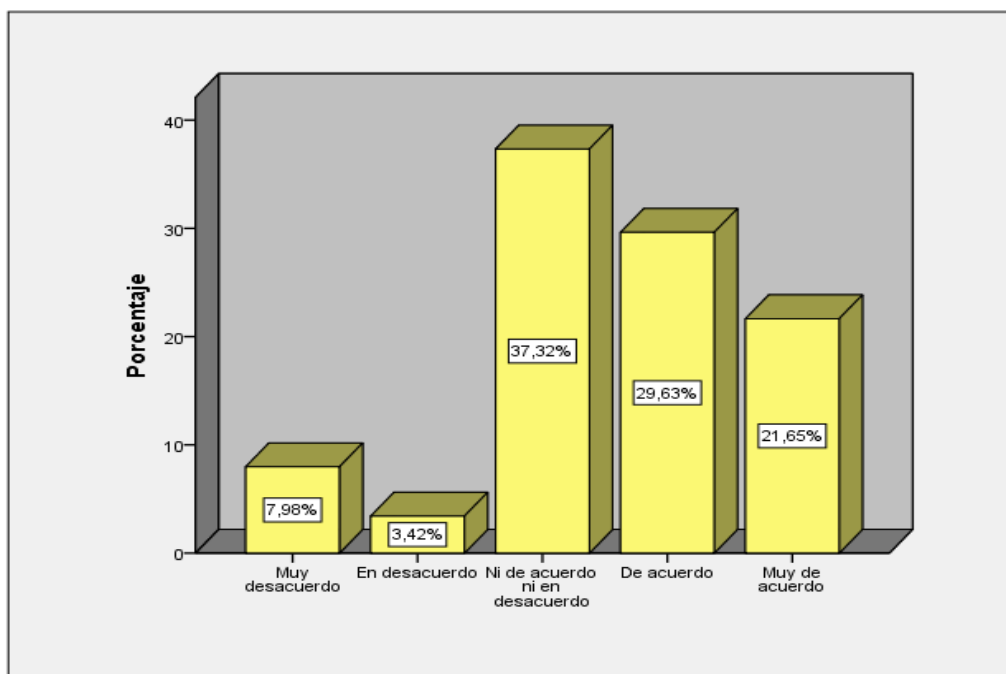
En la Tabla 16, satisfacción a los clientes donde el 39.3 % de los encuestados señalan ni de acuerdo ni en desacuerdo, por otro lado el 24.8 % respondió estar de acuerdo y finalmente se observa que un 6.3 % manifiesta en desacuerdo la satisfacción a los clientes. Para el análisis, los clientes no están muy satisfecho con el servicio que brinda la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.

Tabla 17. Complacencia del cliente en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.

Válido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy desacuerdo	28	8,0	8,0	8,0
En desacuerdo	12	3,4	3,4	11,4
Ni de acuerdo no en desacuerdo	131	37,3	37,3	48,7
De acuerdo	104	29,6	29,6	78,3
Muy de acuerdo	76	21,7	21,7	100,0
Total	351	100,0	100,0	

Nota: Encuesta a clientes, 2021

Elaboración: Propia.



Nota: Encuesta a clientes, 2021.

Figura 17. Complacencia del cliente en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C.

Interpretación y análisis:

En la Tabla 17, complacencia a los clientes donde el 37.3 % de los encuestados señalan ni de acuerdo ni en desacuerdo, por otro lado el 29.6 % respondió estar de acuerdo y finalmente se observa que un 3.4 % manifiesta en desacuerdo la complacencia a los clientes. Para el análisis, los clientes están incomodos por el servicio que brinda la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C. porque los trabajadores encargados en la atención al cliente no le están brindando un trato cordial y amistoso.

4.2. PRUEBA DE HIPÓTESIS

Prueba de normalidad

Para el análisis de la prueba de normalidad fue con el estadístico Kolmogorov-Smirnova, ya que la muestra es mayor de 50. A continuación presentaremos las condiciones para determinar la distribución de normalidad:

- Si Sig. p-valor > 0.05, los datos si son una distribución normal.
- Si Sig. p-valor < 0.05, los datos no son una distribución normal.

Tabla 18. Prueba de normalidad de datos mediante Kolmogorov-Smirnova

Variable	Estadístico	gl	Sig.
Calidad del servicio	0.102	351	0.000
Satisfacción del cliente	0.105	351	0.000

Nota: Encuesta 2021, n = 351.

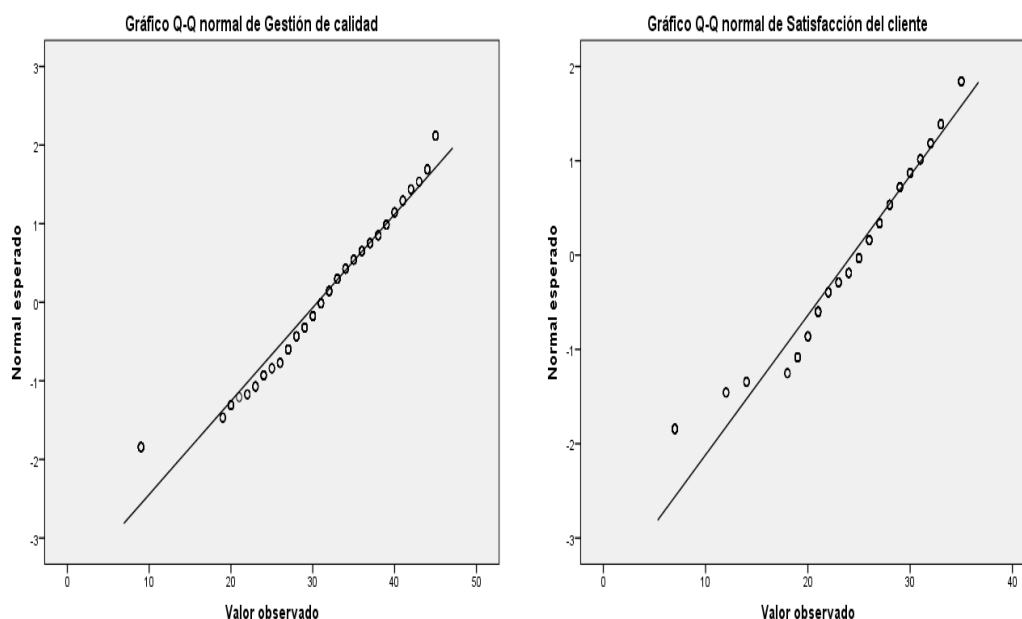


Figura 18. Prueba de normalidad de datos mediante Kolmogorov-Smirnova

Para el análisis de la prueba de normalidad en la Tabla 18 fue que la variable independiente; calidad del servicio y la variable dependiente; satisfacción del cliente se distribuye los datos que no son una distribución normal, el tipo de prueba que se utilizará Rho Spearman por ser una prueba no paramétrica.

Prueba de hipótesis

Hipótesis general

La calidad del servicio se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en la Empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C – 2021.

Tabla 19. Correlación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente

Correlaciones		Calidad del servicio	Satisfacción del cliente
Calidad del servicio	Coeficiente de correlación Rho de Spearman	1	,903**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	351	351
Satisfacción del cliente	Coeficiente de correlación Rho de Spearman	,903**	1
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	351	351

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Los resultados de la prueba estadística fue Rho Spearman señala que existe una correlación directa (positiva), con un grado de correlación calificado como muy alta ($r_s = 0.903$) y una significancia bilateral; $p \leq 0.000$. Demostrando que se aceptó la hipótesis alternante (H_1). Asimismo, existe relación significativamente entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C – 2021.

Hipótesis específico 1

El elemento tangible se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en la Empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C – 2021.

Tabla 20. Correlación entre el elemento tangible y la satisfacción del cliente

Correlaciones		Elemento tangible	Satisfacción del cliente
Elemento tangible	Coeficiente de correlación Rho de Spearman	1	,584**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	351	351
Satisfacción del cliente	Coeficiente de correlación Rho de Spearman	,584**	1
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	351	351

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Los resultados de la prueba estadística fue Rho Spearman señala que existe una correlación directa (positiva), con un grado de correlación calificado como moderado ($r_s = 0.584$) y una significancia bilateral; $p \leq 0.000$. Demostrando que se aceptó la hipótesis alternante (H1). Asimismo, existe relación significativamente entre el elemento tangible y la satisfacción del cliente en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C – 2021.

Hipótesis específico 2

La capacidad de respuesta se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en la Empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C – 2021.

Tabla 21. Correlación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente

Correlaciones		Capacidad de respuesta	Satisfacción del cliente
Capacidad de respuesta	Coeficiente de correlación Rho de Spearman	1	,716**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	351	351
Satisfacción del cliente	Coeficiente de correlación Rho de Spearman	,716**	1
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	351	351

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Los resultados de la prueba estadística fue Rho Spearman señala que existe una correlación directa (positiva), con un grado de correlación calificado como alta ($r_s = 0.716$) y una significancia bilateral; $p \leq 0.000$. Demostrando que se aceptó la hipótesis alternante (H1). Asimismo, existe relación significativamente entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C – 2021.

Hipótesis específico 3

La empatía se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en la Empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C – 2021.

Tabla 22. Correlación entre la empatía y la satisfacción del cliente

Correlaciones		Empatía	Satisfacción del cliente
Empatía	Coeficiente de correlación Rho de Spearman	1	,561**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	351	351
Satisfacción del cliente	Coeficiente de correlación Rho de Spearman	,561**	1
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	351	351

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Los resultados de la prueba estadística fue Rho Spearman señala que existe una correlación directa (positiva), con un grado de correlación calificado como moderado ($r_s = 0.561$) y una significancia bilateral; $p \leq 0.000$. Demostrando que se aceptó la hipótesis alternante (H1). Asimismo, existe relación significativamente entre la empatía y la satisfacción del cliente en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C – 2021.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

5.1. CONTRASTACIÓN DE RESULTADOS

Los resultados estudiados se aplicaron el instrumento y se desarrollaron la estadística descriptiva para contrastar la hipótesis se determinó la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la Empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C – 2021, bajo estos resultados se discute la investigación a través los antecedentes y bases teóricas.

En el estudio llevado a cabo por el objetivo general que se determinó la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la Empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C – 2021. En la tabla 19, los resultados fue la prueba de rho Spearman con un coeficiente de correlación positiva muy alta ($r_s = 0.903$) y la significancia $p \leq 0.000$, lo que concluye que si existe relación significativamente entre la variable independiente; calidad del servicio y la variable dependiente; satisfacción del cliente. Según Revilla (2018), en su estudio; “Evaluación de la calidad de servicio de una empresa de transporte de carga y encomiendas en la ciudad de Chiclayo 2017”, concluye que la empresa no brinda un buen servicio de calidad a sus clientes, los resultados llegaron la diferencia entre la percepción y expectativas es de – 1.38, que los colaboradores no brindan un buen trato a sus clientes. Requema y Serrano (2007) define es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo.

Para el primer objetivo se determinó la relación entre el elemento tangible y la satisfacción del cliente en la Empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C – 2021. En la tabla 20, los resultados fue la prueba de rho Spearman con un coeficiente de correlación positiva moderado ($r_s = 0.584$) y la significancia $p \leq 0.000$, lo que concluye que si existe relación significativamente entre el elemento tangible y la satisfacción del cliente. Según Morán (2016), en su tema de investigación; “Análisis a la calidad del

servicio de transporte urbano de buses en la ciudad de Esmeraldas desde la óptica del usuario”. Concluyeron que la satisfacción del cliente que los choferes y cobradores, el 95,82 % está insatisfecho; mientras la comodidad y limpieza de unidades el 79,61 % está insatisfecho y finalmente la conducción de los buses el 78,63 % está insatisfecho, lo que nos muestra este estudio que existe deficiencia en la calidad del servicio de la empresa. Para Zapata (2014) define que son materiales, facilidades físicas, instalaciones, equipamiento y apariencia del personal prestador del servicio.

Mientras el segundo objetivo se determinó la relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente en la Empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C – 2021. En la Tabla 21, los resultados fue la prueba de rho Spearman con un coeficiente de correlación positiva alta ($r_s = 0.716$) y la significancia $p \leq 0.000$, lo que concluye que si existe relación significativamente entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente. Según Gaytán (2019), en su investigación; “Calidad del servicio de transporte urbano basado en percepciones de los usuarios, Trujillo – 2018”. Concluye que la percepción de los usuarios el 47 % la calificación media el nivel de la capacidad de respuesta. Por otra parte, Caldera et al. (2011) la capacidad de respuesta define que representa la disposición de ayudar a los clientes y proveerlos de un servicio rápido.

Finalmente, el tercer objetivo se determinó la relación entre la empatía y la satisfacción del cliente en la Empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C – 2021. En la Tabla 22, los resultados fue la prueba de rho Spearman con un coeficiente de correlación positiva moderado ($r_s = 0.561$) y la significancia $p \leq 0.000$, lo que concluye que si existe relación significativamente entre la empatía y la satisfacción del cliente. Según Peña y Cruz (2017), en su tema tesis; La calidad de servicio y la satisfacción del cliente de las empresas de transporte de pasajero interprovincial de la ciudad de Abancay, 2014. Concluye que las dimensiones; elementos tangibles, capacidad de respuesta y la empatía, para ejecutar el servicio ofrecido de forma precisa, veraz y cuidadosa, que la empresa tiene una brecha de insatisfacción por parte de los clientes.

Para Davis (1996), señala que la empatía es un conjunto de constructos que incluyen los procesos de ponerse en el lugar del otro y respuestas tanto afectivas que resultan de esos procesos.

CONCLUSIONES

Se determinó estadísticamente que la calidad del servicio y la satisfacción del cliente se relacionan significativamente en la Empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C – 2021, en la tabla 19, mediante la prueba de Rho Spearman, obteniendo como resultado ($r_s = 0.903$), indicando el grado de correlación positiva muy alta, y la significancia bilateral $p \leq 0.000$ que si existe relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente.

El resultado de la prueba de Rho Spearman, según en la tabla 20 tuvo como resultado ($r_s = 0.584$), indicando el grado de correlación positiva moderado, y la significancia bilateral $p \leq 0.000$, se determinó la relación significativa entre el elemento tangible y la satisfacción del cliente en la Empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C – 2021.

El coeficiente de correlación de la prueba de Rho Spearman, como se observó en la tabla 21, se determinó el resultado de la investigación como un resultado ($r_s = 0.716$), corroborando el grado de correlación positiva alta, y la significancia bilateral $p \leq 0.000$, lo que se muestra que si existe relación significativamente entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente en la Empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C – 2021.

Por último, se determinó la relación entre la empatía y la satisfacción del cliente en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C – 2021, como se observa en la tabla 22, tuvo como resultado ($r_s = 0.561$), indicando el grado de correlación positiva moderado, y con un nivel de significancia bilateral $p \leq 0.000$, demostrando que si existe relación significativa entre la empatía y la satisfacción del cliente.

RECOMENDACIONES

Proponer un modelo de calidad del servicio para la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C., también fortalecer las capacidades de los colaboradores y así mejorar el servicio como; las instalaciones, equipos, la atención de clientes, para que tenga una buena imagen de la empresa.

Proponer planes de mejora de calidad en relación a los indicadores como; instalaciones físicas, apariencia personal, elemento materiales; con la finalidad de poder tener mayor participación y crecimiento en el mercado, así mantener la satisfacción del cliente.

Implementar un plan de fortalecimiento de capacidades, reconocimiento por su desempeño para todo el personal que labora en la empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C., brindando una buena atención rápida, resolución de problemas para cubrir las expectativas y rendimiento percibido del cliente.

Al dueño y al administrador, se sugiere promover programas de mejora continua a través de los indicadores como; accesibilidad, comunicación, comprensión, y los trabajadores deben ser empáticos en atender y elevar la calidad del servicio para satisfacer las necesidades y expectativas del cliente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Ayllon, C. y Mucha, J. (2014). La calidad de servicio y la satisfacción del cliente de la marisquería punta sal del distrito de El Tambo – Huancayo, periodo 2013 (tesis de pregrado). Recuperado de <http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/3824/Castill%C3%B3n%20Ayll%C3%B3n%20-Cochachi%20Mucha.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
2. Cadena, J., Vega, A., Real, I. y Vásquez, J. (2016). Medición de la calidad del servicio proporcionado a clientes por Restaurantes en Sonora, México. Revista Ingeniería Industrial Actualidad y Nuevas, 9(17), p. 41-60. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/2150/215049679004.pdf>
3. Caldera, E., Pirela, J. y Ortega, E. (2011). Dimensiones para el estudio de la calidad de servicios en bibliotecas universitarias. Revista Ciencia de la Información, 34, 333-347. Recuperado de <file:///C:/Users/HP/Downloads/36462-Texto%20del%20art%C3%ADculo-37270-2-10-20111206.pdf>
4. Chiavenato, I. (2006). Introducción a la Teoría General de la Administración», México, McGraw-Hill.
5. Credo, M. (2018). La calidad de servicio y su incidencia en la satisfacción del cliente en servicios Telefónicos Línea Directa EIRL, 2018 (tesis pregrado). Recuperado de <http://repositorio.udh.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1587/CREDO%20LANARES%2C%20Mayra%20Nohelia.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
6. Díaz, C., Haro, J., Luna, A. y Torres, M. (2015). Calidad en las empresas de transporte de carga terrestre en el Perú, (tesis de posgrado). Recuperado de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/14876/DIAZ_HARO_CALIDAD_TRANSPORTE.pdf?sequence=1&isAllowed=y
7. Duque, G., Saldarriaga, J. y Ordoñez, E. (2017). El servicio al cliente y sus problemáticas actuales: tendencias investigativas. Revista Criterios,

- 23(1), p. 395-408. Recuperado de <http://editorial.umariana.edu.co/revistas/index.php/Criterios/article/view/1804/1867>
8. Flores, N. y Ayra, M. (2015). La calidad en el servicio y su relación con el grado de satisfacción del cliente en el transporte público de la empresa León de Oro Express S.C.R.L. de Huánuco. Periodo 2015, (tesis pregrado). Recuperado de: <http://repositorio.unheval.edu.pe/bitstream/handle/UNHEVAL/79/TAD%2000533%20A94.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
 9. Gaytán, K. (2019). Calidad del servicio de transporte urbano basado en percepciones de los usuarios, Trujillo – 2018 (tesis de posgrado). Recuperado de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/32729/Gaytan_rk.pdf?sequence=1
 10. García, M. y Romero, C. (2014). Medición de la calidad en el servicio, como estrategia para la competitividad en las organizaciones. Recuperado de <https://www.uv.mx/iiesca/files/2017/03/11CA201602.pdf>
 11. Hernández, H. Barrios, I. y Martínez, D. (2018). Gestión de la calidad: elemento clave para el desarrollo de las organizaciones. Revista Universidad Libre, 16(28), p.179-195. Recuperado de <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/criteriolibre/article/view/2130/162>
 12. Kempa, R. (1986). Resolución de problemas de Química y Estructura Cognoscitiva. Enseñanza de las Ciencias, 4, 99-110. Recuperado de <https://www.raco.cat/index.php/Ensenanza/article/view/57001/92879>
 13. Kotler, P. (1997). Mercadotecnia. México. Prentice-Hall.
 14. Kotler, P. (2005). Dirección de mercadotecnia. México: Prentice Hall.
 15. León, M. (2004). Propuesta para fomentar la calidad del servicio al cliente en una empresa dedicada a productos de seguridad bancaria y equipos de computación (tesis de pregrado). Recuperado de http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/08/08_1254_IN.pdf
 16. López, H. (2018). El marketing interno y la satisfacción del cliente en el restaurante el carbón – tingo maría – 2018 (tesis pregrado), Recuperado

- de <http://repositorio.udh.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1294/T-047-05416805-T.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
17. Morán, G. (2016). Análisis a la calidad del servicio de transporte urbano de buses en la ciudad de esmeraldas desde la óptica del usuario (tesis de posgrado). Recuperado de <https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/702/1/MORAN%20VILLAFUERTE%20%20GABRIEL.pdf>
 18. Morocho, M. y Plaza, M. (2016). Influencia de la calidad de servicio de transporte en la rentabilidad de la empresa. Utilizando la técnica Servqual, Caso de estudio Transfrosur Cia. Ltda (tesis pregrado). Recuperado de <http://192.188.52.94:8080/bitstream/3317/6804/1/T-UCSG-PRE-ECO-ADM-325.pdf>
 19. Ortiz, C. (2007). Aprende a escuchar: Cómo desarrollar la capacidad de la escucha activa. USA: Editorial Lulu.
 20. Peña, R. y Cruz, F. (2017). La calidad de servicio y la satisfacción del cliente de las empresas de transporte de pasajero interprovincial de la ciudad de Abancay, 2014 (tesis de pregrado). Recuperado de file:///C:/Users/HP/Downloads/T_0299.pdf
 21. Requema, M. y Serrano, G. (2007). Calidad de servicio desde la perspectiva de clientes, usuarios y auto-precepción de empresas de captación de talento (tesis pregrado). Recuperado de <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAR1459.pdf>
 22. Revilla, D. (2018). Evaluación de la calidad de servicio de una empresa de transporte de carga y encomiendas en la ciudad de Chiclayo 2017 (tesis de pregrado). Recuperado de http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1485/1/TL_RevillaMirandaDiana.pdf
 23. Serna, H. (2006). Conceptos básicos. En Servicio al cliente. Colombia: Panamericana Editorial Ltda.
 24. Velásquez, T. (2020). La calidad de servicio y la fidelización del cliente en el Hotel el Internacional - Tingo María – 2018 (tesis de pregrado). Recuperado de <http://repositorio.udh.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2659/Velasqu>

ez%20Sandoval%2c%20Traece%20Viviana.pdf?sequence=1&isAllowed=y

25. Zapata, A. (2014). Dimensiones de calidad de servicio para el sistema hospitalario de la ciudad de Manizales (Caldas-Colombia). Recuperado de http://acacia.org.mx/busqueda/pdf/DIMENSIONES_DE_CALIDAD_DE_SERVICIO_PARA_EL_SISTEMA_HOSPITALARIO_DE_LA_CIUDAD_DE_MANIZALES.pdf
26. Zeithaml, V., Berry, L.L. Y Parasuraman, A. (1988). Communication and Control Processes in Delivery of Service Quality. *Journal of Marketing*, (52), 35-48.
27. Zeithaml, V. y Bitner, M. (2002). *Marketing de servicios: un enfoque de integración del cliente a la empresa*. México: McGraw-Hill.

ANEXOS

Anexo N° 01: MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO: “LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA EMPRESA BELLA DURMIENTE CARGO S.A.C. TINGO MARÍA – 2021”

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología
<p>A. General ¿Cuál es relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la Empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C – 2021?</p> <p>B. Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál es la relación entre el elemento tangible y la satisfacción del cliente en la Empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C – 2021? • ¿Cuál es la relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente en la Empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C – 2021? • ¿Cuál es la relación entre la empatía y la satisfacción del cliente en la Empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C – 2021? 	<p>A. General Determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la Empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C – 2021.</p> <p>B. Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinar la relación entre el elemento tangible y la satisfacción del cliente en la Empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C – 2021. • Determinar la relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente en la Empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C – 2021. • Determinar la relación entre la empatía y la satisfacción del cliente en la Empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C – 2021. 	<p>A. General Hi: La calidad del servicio se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en la Empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C – 2021.</p> <p>B. Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • El elemento tangible se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en la Empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C – 2021. • La capacidad de respuesta se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en la Empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C – 2021. • La empatía se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en la Empresa Bella Durmiente Cargo S.A.C – 2021. 	<p>Variable Independiente: X: “Calidad de servicio.”</p> <p>Dimensiones: X₁: Elemento Tangibles X₂: Capacidad de Respuesta. X₄: Empatía</p> <p>Variable dependiente Y: “Satisfacción del cliente”</p> <p>Dimensiones: Y₁: Expectativa Y₂: Rendimiento percibido Y₃: Nivel de satisfacción</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Enfoque Cuantitativo • Nivel Descriptivo - correlacional • Diseño No experimental-transaccional o transversal. <p>Población y Muestra</p> <ul style="list-style-type: none"> • Población: 4087 clientes. • Muestra: 351 <p>Técnicas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Encuestas.- Cuestionario <p>Instrumento</p> <ul style="list-style-type: none"> • Excel. • SPSS

ANEXO 2: CUESTIONARIO DE LA CALIDAD DE SERVICIO – SATISFACCION DEL CLIENTE

UNIVERSIDAD DE HUANUCO FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Estimado cliente se le agradece por cooperar en esta encuesta y disponer un poco de su valioso tiempo, el objetivo de esta encuesta es conocer la calidad de servicio y satisfacción del cliente de la empresa de Transporte Bella Durmiente S.A.C.

Instrucciones: Marque con una sola aspa (X), según considere conveniente.

<div style="border: 1px solid black; width: 40px; height: 40px; margin: 0 auto; display: flex; align-items: center; justify-content: center;">1</div>	<div style="border: 1px solid black; width: 40px; height: 40px; margin: 0 auto; display: flex; align-items: center; justify-content: center;">2</div>	<div style="border: 1px solid black; width: 40px; height: 40px; margin: 0 auto; display: flex; align-items: center; justify-content: center;">3</div>	<div style="border: 1px solid black; width: 40px; height: 40px; margin: 0 auto; display: flex; align-items: center; justify-content: center;">4</div>	<div style="border: 1px solid black; width: 40px; height: 40px; margin: 0 auto; display: flex; align-items: center; justify-content: center;">5</div>
Muy desacuerdo	en desacuerdo	ni de acuerdo ni en desacuerdo	de acuerdo	muy de acuerdo

	ÍTEMS	Escala de respuestas				
		1	2	3	4	5
Elemento Tangible	1.Estas de acuerdo con la presentación de los empleados de la empresa					
	2.Las instalaciones físicas de la empresa son visualmente atractivas, conservadas y aptas para otorgar un buen servicio					
	3.La empresa tiene equipos y buses de apariencia moderna					
capacidad de respuesta	4.Los empleados de la empresa le brindan la atención con prontitud y rapidez					
	5. Los empleados de la empresa siempre están dispuestos a ayudar a sus clientes.					
	6. Los empleados de la empresa nunca están demasiado ocupados para responder a las preguntas de sus clientes.					
Empatía	7. La empresa de servicios tiene horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes.					
	8. Los empleados de la empresa comunica que cuentan con implementos necesarios a disposición ante cualquier circunstancia.					
	9. Los empleados de la empresa entienden sus necesidades específicas.					
Expectativas	10.El servicio recibido ha cubierto sus expectativas					
	11.La empresa cumplió con sus expectativas, como para que usted pueda recomendarlo a otros clientes					
Rendimiento percibido	12.Considera de buena calidad el servicio que presta la empresa					
	13.La percepción que se lleva de la calidad de servicio es la que usted esperaba					
Nivel de satisfacción	14.La opinión que ha recibido sobre la calidad de servicio fue positiva					
	15. usted está muy satisfecho con el servicio por la empresa y sus colaboradores					
	16 De acuerdo a su experiencia con la calidad de servicio, que tan satisfecho que siente que visitaría con frecuencia a los servicios de la empresa					



UNIVERSIDAD DE HUANUCO

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo **SALUSTIO SALAZAR FALCON**, reconozco haber sido informado sobre los beneficios, riesgos y molestias, así como también, mis derechos y responsabilidades. También reconozco no haber sido persuadido, manipulado o coaccionado, por lo tanto, acepto participar voluntariamente de la presente investigación que tiene como título:

CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA EMPRESA BELLA DURMIENTE CARGO S.A.C -2021

Desarrollado por: **JOSEPH DARWIN BRICEÑO APONTE**, bachiller en administración de empresas de la Universidad de Huánuco y admito haber sido informado que el objetivo de la investigación es:

DETERMINAR DE QUE MANERA LA CALIDAD DE SERVICIO INFLUYE EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA EMPRESA BELLA DURMIENTE CARGO S.A.C. - 2021

Me ha indicado también que tendré que responder preguntas en una entrevista. Lo cual tomara aproximadamente 20 minutos.

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación no será usada para ningún otro propósito, fuera de este estudio sin mi consentimiento.

Ha sido informado de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que pueda retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicios alguno a mi persona. De tener preguntas sobre mi participación en este estudio puedo contactar a: **SALUSTIO SALAZAR FALCON**, al teléfono: **973111610**.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento, me será entregado y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando esta haya concluido, a la persona antes citada.

Lima a los 28 días del mes de Abril del año 2021

BELLA DURMIENTE CARGO S.A.C.

SALUSTIO SALAZAR FALCON
GERENTE GENERAL

cel: 973111610